

VISTAPRINT WERBEARTIKEL BEEINFLUSSEN MARKEN

Für Unternehmen sind Werbegeschenke eine beliebte Maßnahme, die Markenbekanntheit und Kundenbindung zu steigern. Welche Werbeartikel liegen im Trend und welche Eigenschaften sollten sie haben?

Text und Bilder: VistaPrint

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft – diese Weisheit gilt nicht nur im privaten, sondern auch im beruflichen Kontext. Ob eine kleine Tüte Süßigkeiten oder ein Regenschirm mit einem Markenlogo darauf verschenkt wird: Die meisten Menschen freuen sich über kostenlose Werbeartikel. Das geben 62% der 2.000 Menschen an, die an einer deutschlandweiten und repräsentativen Studie von VistaPrint und YouGov teilgenommen haben.

Unternehmen haben mit Werbegeschenken ein effektives und kostengünstiges Mittel, um die Bekanntheit und Kundenbindung zu steigern: 81% der Befragten, die kostenlose Werbeartikel erhalten haben, nutzen diese Produkte im Alltag. So kommen sie immer wieder mit der Marke in Kontakt – das Logo prägt sich ein. 76% erinnern sich an den Absender des Werbegeschenks und 71% geben sogar an, dass Werbegeschenke die Markenwahrnehmung positiv beeinflussen.



Kein Wunder also, dass 42% der Befragten, die in der Vergangenheit kostenlose Werbeartikel erhalten haben, anschließend Produkte derjenigen Marke gekauft haben. 46% von ihnen haben die Marke sogar weiterempfohlen. Werbegeschenke können also unglaublich wertvoll für eine Marke sein – bei vergleichsweise geringem Invest. Denn sie wirken lange nach.

Die beliebtesten Werbeartikel

In welche Werbeartikel sollten Kleinunternehmen und Marken investieren? Welche Produkte

sind so beliebt, dass Konsumenten sie gern nutzen würden? Welche Produkteigenschaften sind den Befragten besonders wichtig?

Die Nützlichkeit der Werbeartikel steht für die Mehrheit der Befragten im Vordergrund (66%), an zweiter Stelle spielt die Nachhaltigkeit des Produkts eine große Rolle (23%). Wenn man sich anschaut, welche Aufmerksamkeiten Werbetreibende verschenken, dann ist der Spitzenreiter der Stift oder Kugelschreiber (44%), gefolgt von Tragetaschen (30%), Notizblocks (26%) und Süßigkeiten (25%).

Ein interessantes Ergebnis für alle Unternehmen, die sich eine sehr treue Kundschaft aufgebaut haben: 52% der Befragten würden sogar Geld für Produkte ausgeben, die das Logo ihrer Lieblingsmarke tragen.

> www.vistaprint.de

BERBERICH PAPIER Partnerschaft mit Lenzing Papier

Die Carl Berberich GmbH und Lenzing Papier pflegen eine langjährige Zusammenarbeit. Lenzing Papier ist ein traditionsreiches Unternehmen, das sich seit vielen Jahrzehnten einen exzellenten Ruf als umweltfreundlicher Hersteller von Recyclingpapier aufgebaut hat.

Zusätzlich zu den Recyclingpapieren der Marke VIVUS nimmt Berberich ab sofort die Papierqualitäten von Lenzing in das Sortiment auf.

> www.berberich.de

ANTALIS Erweitertes Sortiment

Antalis hat neue Marken in sein Sortiment aufgenommen: Yupo, Priplak, Polyart, Tyvek von DuPont und die neuen Kartonmarken CrownBoard Prestige und Craft von Billerud. Die Materialien bieten eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten.

> www.antalisis.de

SAPPI CO₂-Fußabdruck reduziert

2023 hat das Werk Kirkniemi von Sappi Europe auf erneuerbare Energie aus Biomasse umgestellt und damit die Emissionen um 90% reduziert. Dadurch konnte der CO₂-Fußabdruck von Sappi Galerie-Papiersortiment insgesamt um 55% reduziert werden, und es wird erwartet, dass der Wert bis Ende des Jahres auf 70% ansteigt.

> www.sappi.com

