Werbegeschenke

Kategorie
- Marketing

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger
- Erwachsene
- Jugendliche
- Pendler

Projektphase
- Umsetzung

Quelle: JayK7 / Getty Images

Was sind Werbegeschenke?

Werbegeschenke können sowohl zur Gewinnung als auch zur Bindung von Kundinnen und Kunden eingesetzt werden. Sie bestehen in der Regel aus kleineren Alltagsgegenständen, die häufig verwendet werden, einen praktischen Nutzen besitzen oder allgemein als hilfreich wahrgenommen werden. Klassische Beispiele sind Kugelschreiber, Regenschirme, Taschen, Rucksäcke, USB-Sticks oder auch portable Ladegeräte für Elektronikgeräte. Die Werbegeschenke sind für gewöhnlich mit dem Logo des werbenden Unternehmens und weiteren Informationen (Slogans, Website etc.) versehen.

Grundsätzlich sind Werbegeschenke nicht auf eine bestimmte Zielgruppe beschränkt. Die Auswahl der Werbegeschenke und die angesprochene Zielgruppe sollten die Zielsetzung der Werbekampagne widerspiegeln.

Welchen Vorteil bieten Werbegeschenke?

Durch ihren hohen Alltagsnutzen soll sichergestellt werden, dass Werbegeschenke häufig genutzt werden und damit auch das darauf werbende Unternehmen bzw. dessen Angebot im Alltag präsent positioniert wird.

Werbegeschenke lassen sich gut in bestehende Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen einbinden bzw. mit diesen kombinieren. Sie können beispielsweise auf Informationsveranstaltungen und Aktionstagen verteilt werden oder Bestandteile eines Informationspaketes für Neubürgerinnen und Neubürger sein.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Da es sich um eine kleinteilige Maßnahme handelt, sollte der Einsatz im Kontext einer übergeordneten Kommunikations- und Marketingstrategie eingebettet sein, um eine hohe Wirksamkeit sicherzustellen. Zunächst sollten die genaue Ausgangslage und Zielsetzung erfasst

werden, beispielsweise die Erhöhung der Bekanntheit eines bestimmten Angebotes in einer Bevölkerungsgruppe. Im nächsten Schritt kann geprüft werden, ob Werbegeschenke ein geeignetes Mittel sind, um das gesetzte Ziel zu erreichen und wie diese gegebenenfalls ausgestaltet sein sollten. Es empfiehlt sich, regelmäßig den Erfolg der Werbemaßnahme zu überprüfen und anzupassen.

Für die Umsetzung werden die Angebote verschiedener Anbieter verglichen. Sowohl lokale Druckereien als auch Online-Druckereien bieten Services rund um Werbegeschenke an. Die Anbieter stellen auch Informationen darüber bereit, welche Druckdaten sie benötigen. Die Druckvorlage wird basierend auf diesen Angaben erstellt. Da es sich meist um kleine Gegenstände handelt, ist eine einfache Gestaltung (Logo, Kontaktdaten oder eine Botschaft/ein Schriftzug) notwendig.

Je nach Größe und Anzahl der Werbegeschenke variieren die Kosten. Neben den Kosten für den Einkauf können sich Kosten für die Verteilung ergeben, beispielsweise wenn gezielt bestimmte Bevölkerungsgruppen postalisch angeschrieben werden sollen.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die Ausgestaltung der Werbegeschenke, die Identifikation der Zielgruppe(n) sowie die Distribution müssen aufeinander abgestimmt sein, um eine hohe Wirksamkeit sicherzustellen. Die Qualität der Werbegeschenke sollte angemessen sein. Produkte, die als besonders minderwertig wahrgenommen werden, können den gegenteiligen Effekt hervorrufen und sich negativ auf die Wahrnehmung des Unternehmens auswirken. In nachhaltigkeits- und umweltschutzorientierten Bevölkerungsgruppen kann der Einsatz von Einmalprodukten bzw. ressourcenintensiven Produkten mit einer kurzen Lebensdauer negativ wahrgenommen werden.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Neukundengewinnung: „Unser Abo – Ganz wie Du“ (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/neukundengewinnung-unser-abo-ganz-wie-du)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Empfehlungsmarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/empfehlungsmarketing)
Festlegung einer Marketing- und Kommunikationsstrategie (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/festlegung-einer-marketing-und-kommunikationsstrategie)
Gratispostkarte (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/gratispostkarte)
Kundenbefragung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/kundenbefragung)
Mobilitätsgutscheine (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/mobilitaetsgutscheine)
Neubürgermarketing (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/neubuergermarketing)

Quellen

Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e. V. (GWW), o. J.: Was sind Werbeartikel? Zugriff: https://werbeartikel-wirken.gww.de [abgerufen am 14.12.2023].

Wiercks, Frank, o. J.: Gute Ideen für Werbegeschenke sind nur der erste Schritt. Zugriff: https://www.trialog-magazin.de/, Personal & Führung, Marketing & Vertrieb [abgerufen am 29.11.2022].