

Die Kraft der **WERBEARTIKEL** 

**in.takt**  
musik | medien | marketing

Werbeartikel mit Musik

## Liebe Interessenten,

aktuelle Studien belegen nachweisbar: Werbeartikel genießen höchste Akzeptanz beim Verbraucher. Die Studien zeigen aber auch, dass Werbeartikel vielfach eine untergeordnete Rolle im Werbe- und Marketingmix spielen.

Das mag zum einen an der Unübersichtlichkeit des Marktes liegen oder auch an einem viel zu schlechten Ruf. Beides führt dazu, dass viele Führungskräfte in Marketing und Werbung sich kaum um wirklich gute, für den Endverbraucher Nutzen bringende Artikel kümmern.

Und doch – Werbeartikel wirken! Sie wirken vor allem dann, wenn sie gut gemacht sind. Wenn sie mit Bedacht ausgewählt werden und – noch wichtiger – wenn sie den erwähnten persönlichen Nutzen für den Beschenkten bringen. Gelingt dies, sind Werbeartikel erstklassige Botschafter Ihrer Produkte und Ihrer Marke. Dem haben wir uns verschrieben.

Unsere Artikel bieten genau dies: Inhalte, die Nutzen stiften – bleibenden Nutzen. Wellness-CDs wirken positiv auf das Image Ihrer Firma, weit über den Einsatztag hinaus. Neben dieser Langlebigkeit überzeugen sie durch die großartigen Möglichkeiten der Anpassung an Ihr Corporate Design, durch die Vielseitigkeit der Verpackungen, die kurzen Lieferzeiten und die erstaunlich günstigen Preise.

Was die oben zitierten Studien betrifft: Die wichtigsten Fakten haben wir für Sie zusammengestellt. Damit unterstützen wir nicht alleine unsere Produkte sondern empfehlen Ihnen den Einsatz von Werbeartikeln generell. Wichtig ist der Erfolg Ihrer Maßnahme, Ihrer Aktion. Dabei unterstützen wir Sie gerne.

Viel Spaß beim Lesen und viele Anregungen wünscht Ihnen

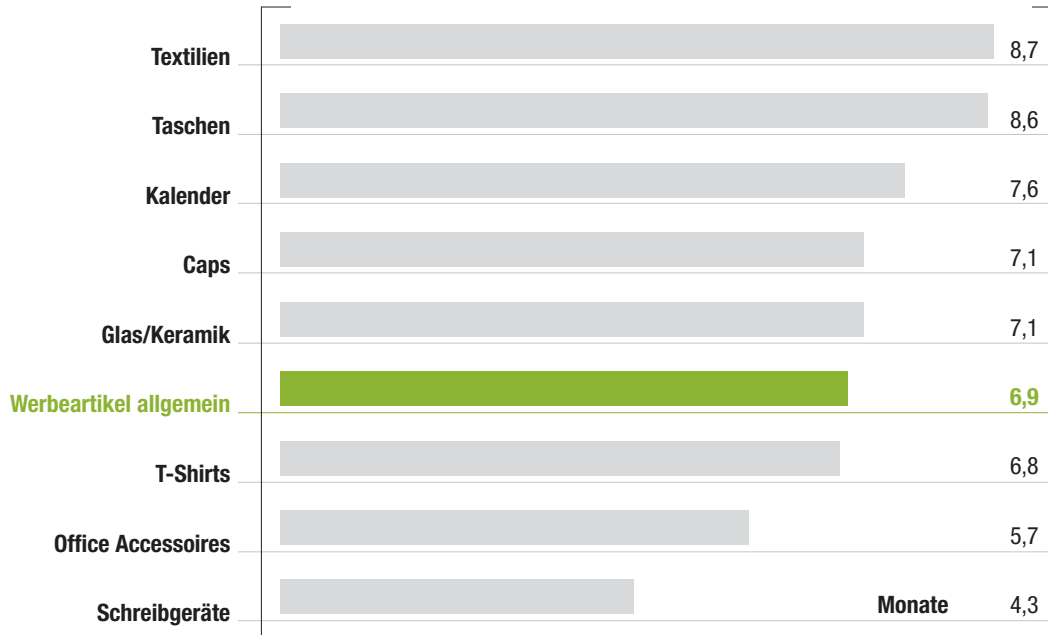


Heiner Steinkamp (Geschäftsführer)

# Werbeartikel haben Kraft



## Durchschnittliche Verweildauer einzelner Werbeartikel beim Empfänger

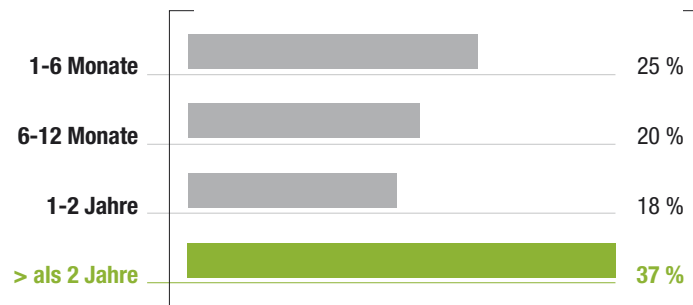


Quellen: WA-Verlag 2009: Haptische Werbung, GWW 2011: Werbewirkung von Werbeartikeln

Mehr als 2/3 aller Artikel sind länger als ein halbes Jahr im Besitz des Empfängers, ein großer Anteil gar länger als 2 Jahre (!)

Dadurch sind Werbeartikel hervorragend zur Markenkommunikation geeignet. Auch hier gilt: je höher der persönliche Nutzen, desto positiver der Imagetransfer.

## Verweildauer von Werbeartikeln

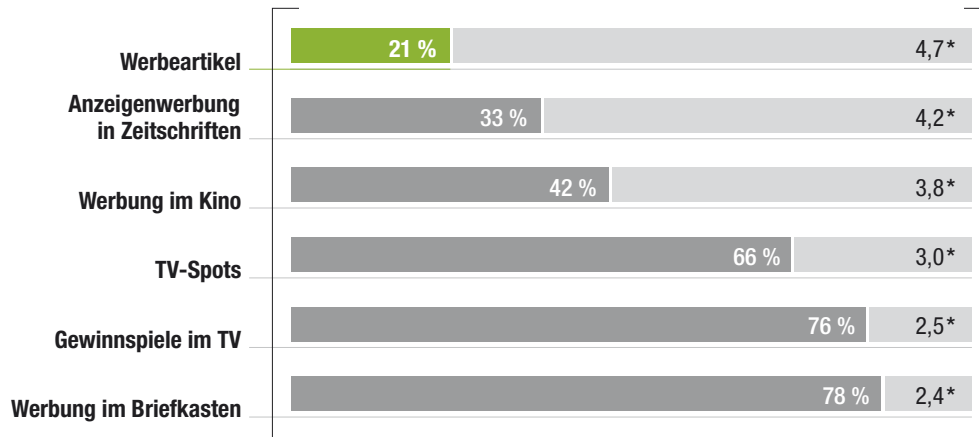


**Langfristige Werbeartikel sind oft länger als 2 Jahre im Besitz der Empfänger.**

# Langfristig



## Akzeptanz von Werbeartikeln im Detail



■ Fühle mich von dieser Werbeform gestört (n = 400)

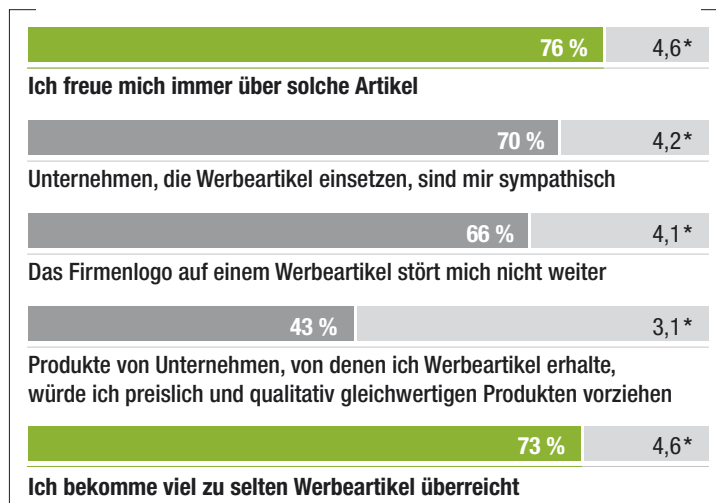
\* Arithm. Mittel / Skala von 1 (Fühle mich sehr gestört) bis 6 (Fühle mich überhaupt nicht gestört)

Quellen: WA-Verlag 2009: Haptische Werbung, GWW 2011: Werbewirkung von Werbeartikeln

## Akzeptanz von Werbeartikeln im Detail

Werbeartikelgruppen  
■ Top-3 BOX (n = 200)

\* Arithm. Mittel / Skala von 1 (Stimme überhaupt nicht zu) bis 6 (Stimme voll und ganz zu)



Die Akzeptanz von Werbeartikeln ist unerreicht. Kaum jemand fühlt sich von ihnen gestört. Ganz im Gegenteil! Haptische Werbung wirkt unterstützend auf alle anderen Werbeformen und ist außerordentlich beliebt, gewünscht und positiv besetzt.

# Willkommen!





Werbeartikel sind ein unverzichtbarer, wichtiger Teil in der Kommunikation Ihres Unternehmens. Sie sind ein langfristig wirkendes Medium. Sie ersetzen weder Hörfunk-, TV-, noch Printeinsatz, aber sie unterstützen diese nachhaltig und sinnvoll.

# Wichtig!





**Meinhard Muscharki**



**Heiner Steinkamp**



**Veronika Tuchlinski**

## **in.takt musik und medien marketing GmbH**

**Seit über 14 Jahren Experten für musikalische Werbeinhalte**

- Eigene Inhalte im eigenen Verlag gewährleisten höchste Flexibilität.
- Verbindungen zu Partnerverlagen in ganz Europa und den USA bieten eine breite Palette an Inhalten.
- Eine Fertigung aller Teile in Deutschland sorgt für eine schnelle und flexible Auftragsausführung.
- Wir sind Spezialisten in allen rechtlichen Fragen, das bedeutet für unsere Kunden eine unkomplizierte Abwicklung ihrer Produktion.
- Zuhören bei der Beratung ist für uns das oberste Gebot. Erst wenn wir Ihre Ziele kennen, können wir Ihnen optimale Lösungen und Vorschläge unterbreiten.
- Wir sind Dienstleister. Wir dienen Ihrem Projekt und leisten gute, schnelle und verlässliche Arbeit für Sie. Versprochen!

# Das in.takt Team

**in.takt**  
musik | medien | marketing

in.takt musik und media marketing GmbH | Münsterstraße 5 | HAMTEC Haus 2 B | D-59065 Hamm  
Fon 02381-30703-0 | Fax 02381-30703-22 | [info@intakt-media.de](mailto:info@intakt-media.de) | [www.intakt-media.de](http://www.intakt-media.de)