



[Registrierung](#)[Login](#)

[AGB](#)[Impressum](#)[Abo & Bestellservice](#)[Mediadaten](#)[Kontakt](#)

Das Online-Paradoxon

Kein Agenturchef, der nicht voll Inbrunst auf der digitalen Welle schwimmt. Mantraartig wird Online-Werbung als Heilsbringer für die Branche beschworen. Allein die Realität sieht anders aus. Webwerbung ist das Stiefkind im Mediamix.

[weiterlesen...](#)

[ED Aktuell](#)[ED Das Heft](#)[EDward](#)[ED Archiv](#)
[Archiv](#)[Newsletter](#)



[Exklusiv / TopAgenturenPrint](#)
[Medien](#)
[TVRadioOnlineAussenwerbung](#)
[PersonalienTermine](#)

Werbemittelhändler erwarten Umsatzsteigerung

Erste Quartalstudie der EPPA: Mehr als die Hälfte ist optimistisch.



Laut einer Studie der EPPA (European Promotional Products Association) für das erste Quartal 2010 beurteilen 44,6% der heimischen Händler die derzeitige wirtschaftliche Situation als gut, 42,9% als zufrieden stellend. Besonders auffallend ist, dass über 50% der Werbemittelhändler 2010 mit einer Umsatzsteigerung rechnen: 13,7% erwarten sich sogar im ersten Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009 einen Anstieg des Gesamtumsatzes zwischen 10 und 25%, 37,3% einen Anstieg zwischen 1 und 10%. 25,5% der Befragten prognostizieren einen nahezu unveränderten Umsatz (siehe Infografik).

Bernhard Schreck, Generalsekretär des VöW (Verband der Österreichischen Werbemittelhändler) über die positiven Ergebnisse: ?Die Studie belegt, dass Werbeartikel sich aufgrund ihrer effizienten und langfristigen Werbewirkung einer großen Beliebtheit erfreuen.?

Die ?Quarterly EPPA Business Survey? wurde vom Institut für Handelsforschung in Köln im Rahmen einer Online-Befragung im Februar 2010 in sechs europäischen Ländern durchgeführt. Insgesamt nahmen 65 österreichische Unternehmen daran teil. Ob die optimistischen Prognosen tatsächlich eingetroffen sind, wird die zweite Quartalstudie der EPPA, deren Erhebung ab dem 26. April 2010 erfolgt, zeigen.

Werbeartikel effektiver

Auch eine Ende des Jahres 2009 durchgeführte Studie des amerikanischen Branchenverbandes PPAI (Promotional Products Association International), für welche das Marktforschungsinstitut MarketTools Inc. 1.000 amerikanische Konsumenten zu TV-, Print-, Online- und gegenständlicher Werbung befragte, beweist die starke Wirkungsmacht von Werbeartikeln im Vergleich zu anderen Werbemedien.

Der Untersuchung zufolge genießen Werbeartikel bei 83% der Befragten eine hohe Akzeptanz und Sympathie; 69% gaben sogar an, die Artikel zu behalten. Weiters belegt die Studie eine nachhaltige Erinnerungsleistung an Werbeartikeln bei den Befragten: 94%

konnten sich nicht nur an den Erhalt eines Werbeartikels während der letzten 24 Monate erinnern, vielmehr blieb 89% auch das werbende Unternehmen im Gedächtnis. Ein signifikantes Ergebnis liefert der Vergleich gegenständlicher und klassischer Werbeträger hinsichtlich der Beeinflussung einer Kaufentscheidung: In immerhin 20,9% der Fälle löst der Erhalt eines Werbeartikels den tatsächlichen Erwerb eines Produktes aus. Demgegenüber stehen Print mit nur 13,4%, TV mit 7,1% und Online mit 4,6%.

Foto: VÖW

Um einen Kommentar zu diesem Artikel zu schreiben,
melden Sie sich bitten an.

Login

Geben Sie Ihren Benutzernamen und Ihr Passwort ein, um sich an der Webseite anzumelden:

Benutzer

Kennwort

Die Foren sind allgemein zugängliche, offene und demokratische Diskursplattformen. Bitte bleiben Sie sachlich und bemühen Sie sich um eine faire und freundliche Diskussionsatmosphäre. Die Redaktion übernimmt keinerlei Verantwortung für den Inhalt der Beiträge, behält sich aber das Recht vor, krass unsachliche, rechtswidrige oder moralisch bedenkliche Beiträge sowie Beiträge, die dem Ansehen des Mediums schaden, zu löschen und nötigenfalls User aus der Debatte auszuschließen.

ED Aktuell

[ED aktuell](#)

[\(22.04.10\)](#)

[Werbemittelhändler erwarten Umsatzsteigerung](#)

[\(22.04.10\)](#)

[currycom betreut Einkaufszentren](#)

[\(22.04.10\)](#)

[Chapter 4: Blitzstart im 1. Quartal](#)

[\(22.04.10\)](#)

[DMB für Manner](#)

[\(22.04.10\)](#)

[Ankick zum Funkick](#)

[\(22.04.10\)](#)

[FIRST baut Führung aus](#)

[\(22.04.10\)](#)

[Eklat: Schiebungserüchte bei Kurier-Romy](#)

[\(21.04.10\)](#)

