

Kleine Geschenke erhalten die Kundentreue

5 Tipps für Give-aways

Egal ob auf Messen, am Ende eines erfolgreichen Meetings, zum Geburtstag oder einfach so – Kunden und Mitarbeiter freuen sich über kleine Geschenke oder Give-aways. Untersuchungen haben herausgefunden, dass Beschenkte solche Aufmerksamkeiten durchaus zu schätzen wissen: 95 Prozent der Befragten einer [Studie](#) des Gesamtverbands der Werbeartikel Wirtschaft e.V. gaben an, Werbeartikel zu besitzen und fast die Hälfte teilte mit, dass die Give-aways seit über einem Jahr im Einsatz sind. Die kleinen Geschenke freuen also nicht nur die Kunden, ihre Werbewirkung hat auch einen nachhaltigen Effekt. Grund genug für das Marketing-Team von Cewe-Print, 5 Tipps für Give-aways mit langanhaltender Werbewirkung zu geben:

1. Notizbücher – Das Nützliche mit dem Werbewirksamen verbinden

Notizbücher sind nicht nur ein handliches Geschenk, das Kunden in allen Branchen erfreut: Sie sind zudem auch sehr nützlich. Beschenkte können sie in vielen Situationen verwenden – sowohl beruflich, als auch privat. Ansprechend gestaltet und hochwertig verarbeitet besitzen sie zudem eine hohe Lebensdauer, sodass die Werbewirkung langfristig ist. Auch Schreibblöcke für kurze Notizen wie Einkauflisten oder Telefonmitschriften erfreuen Kunden. Wichtig ist, dass das Logo des werbenden Unternehmens dezent sichtbar ist und die Nutzbarkeit des Geschenks nicht einschränkt. Ein passender Stift des Unternehmens – idealerweise im gleichen Design wie das Notizbuch – rundet das Werbegeschenk ab.

2. Mit Stickern und Grußkarten heitere Momente im Alltag schaffen

Der Arbeitsalltag kann zuweilen stressig sein. Deswegen freuen sich Kunden über kleine Geschenke, die ablenken und Freude bereiten. Postkarten mit witzigen Sprüchen oder Motiven zum Beispiel oder Sticker, die sie zum Schmunzeln bringen. Das Logo des werbenden Unternehmens sollte auch hier nur ganz klein und dezent sein, um die Wirkung der Postkarte oder des Stickers nicht zu schmälern. Doch Firmen müssen keine Angst haben, Übersehen zu werden. Kunden erinnern genau, von wem ein gelungenes Werbegeschenk kam und oft hängen Postkarten und Co. über Jahre an Pinnwänden oder PC-Bildschirmen und verlängern so die Werbewirkung.



3. Plakate – nicht nur schön, sondern auch praktisch

Gut gestaltete Plakate zaubern – ähnlich wie Sticker und Karten – ein Lächeln auf die Gesichter der Beschenkten. Doch sie können noch viel mehr: Zum Beispiel praktische Tipps geben. Mit hilfreichen Illustrationen, Infografiken oder Beispielbildern versehen, unterstützen sie Kunden in ihrem Alltag. Solche praktischen Helfer hängen Beschenkte gerne auf und werden sie auch lange an der Wand lassen. Zudem untermauern Plakate mit Tipps bzw. Schritt-für-Schritt-Anleitungen die Kompetenz des schenkenden Unternehmens.

4. Kalender – ein ganzes Jahr werbewirksam

Ein Give-away, das gerade im letzten Quartal des Jahres beliebt ist, ist der Kalender. Egal ob Taschen-, Wand- oder Tischkalender: Ist er schön gestaltet und hat lustige, interessante oder eindrucksvolle Bilder, freuen sich Kunden und Mitarbeiter über diese Art des Werbegeschenks. Der Vorteil für Unternehmen: Sie bleiben das ganze folgende Jahr über im Gedächtnis der Beschenkten. Damit Kunden den Kalender aber auch wirklich nutzen, darf er nicht zu werbelastig sein. Das heißt Logo und Slogan eines Unternehmens sollten eher dezent platziert sein und nicht im Vordergrund stehen. Stattdessen sollten spannende Motive und praktische Kalendarien mit ansprechender Übersichtsfunktion dazu verleiten, den Kalender regelmäßig zu nutzen.

5. Schenke lieber außergewöhnlich – nicht alltägliche Give-aways

Neben den bekannten und beliebten Give-aways können sich Unternehmen auch Gedanken machen, welche außergewöhnlicheren Werbegeschenke bei ihren Kunden gut ankommen: Bücher, CDs oder Liegestühle sind hier nur einige Möglichkeiten. Wichtig ist jedoch, den Bezug zum Unternehmen oder zu passenden Events nicht zu vernachlässigen. Ein Liegestuhl kommt zwar auch zur Weihnachtszeit gut an, wird aber im Sommer noch mehr freudige Abnehmer finden und dann auch direkt zum Einsatz kommen. Das werbende Unternehmen sollte dabei immer sichtbar bleiben und durch die Give-aways beim Kunden einen guten Eindruck hinterlassen.

Zusatztipp: Werbung zum Herumtragen – Tragetaschen

Gerade auf Messen bekommen Teilnehmer viele Werbegeschenke. So viele, dass ihnen meist die Hände fehlen, alle selbst zu tragen. Hier können findige Unternehmen Abhilfe schaffen und ihre Werbegeschenke und -materialien in schön gestalteten Tragetaschen verteilen. So ergeben sich gleich zwei Vorteile: potentielle Kunden freuen sich, dass sie die Hände frei haben und zudem entsteht eine weitere Werbefläche für das Unternehmen – die Tragetasche selbst. Ist diese kreativ gestaltet, verwenden Messebesucher sie sicher gerne und tragen so die Werbung spazieren.

Mit freundlichen Grüßen

Nina Möller

Junior PR-Beraterin

SZ Scala GmbH

Ein Unternehmen des Süddeutschen Verlages, München,
einem Tochterunternehmen der Südwestdeutschen Medienholding, Stuttgart
Hultschiner Straße 8, 81677 München

Telefon: +49 (0) 89 21 83 – 7234

Telefax: +49 (0) 89 21 83 – 7212

E-Mail: nina.moeller@sz-scala.de

Sitz der Gesellschaft: München

Eingetragen beim Amtsgericht München unter: HRB 168626

Geschäftsführer: Stefan Hilscher, Dr. Karl Ulrich

USt-IdNr.: DE 216788809

