

## Telefonbefragung



Werbeartikel-Monitor 2016

für



**GWW**  
GWW Gesamtverband der  
Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

Dezember 2015




**GWV**  
 GWV Gesamtverband der  
 Werbearbeitel-Wirtschaft e.V.



# ERGEBNISSE AUS DEM WERBEARTIKEL-MONITOR 2015/2016

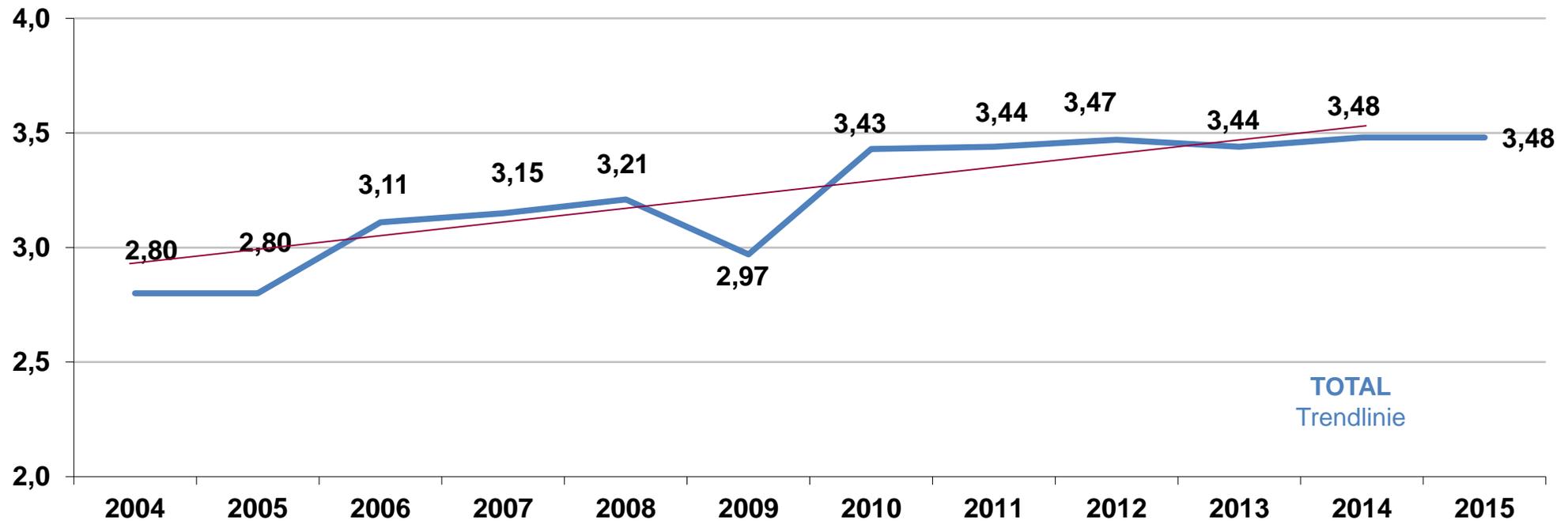
  
**DIMA**  
 Marktforschung


**GWV**  
 GWV Gesamtverband der  
 Werbearbeitel-Wirtschaft e.V.

## Werbeartikelumsatz weiterhin auf hohem Niveau

(in Mrd. Euro)

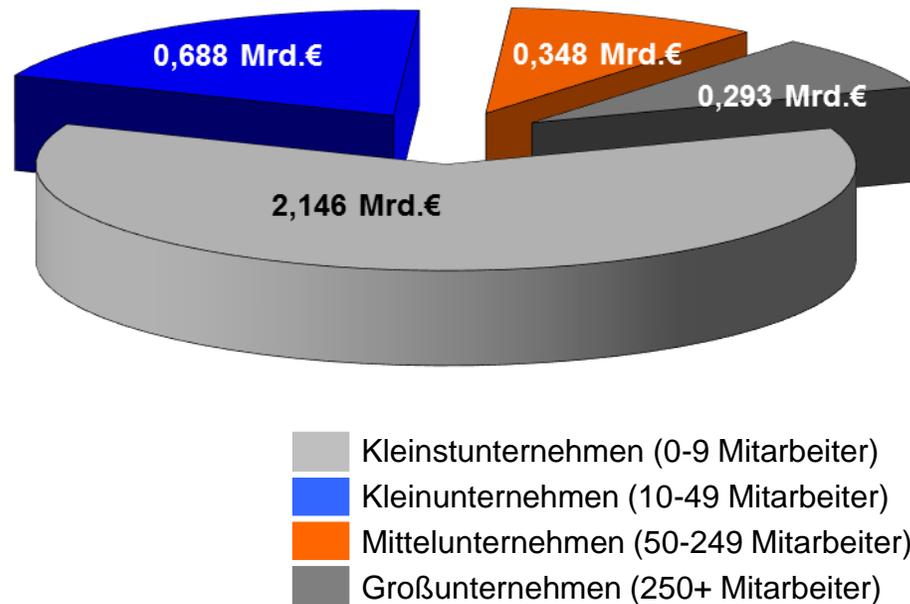
Frage 8: Wie hoch sind im aktuellen Geschäftsjahr 2015 Ihre Ausgaben für Werbeartikel?



Basis: N=312.

## Werbeartikelumsätze in mittleren und größeren Unternehmen leicht gesunken

Frage 8: Wie hoch sind im aktuellen Geschäftsjahr 2015 Ihre Ausgaben für Werbeartikel?

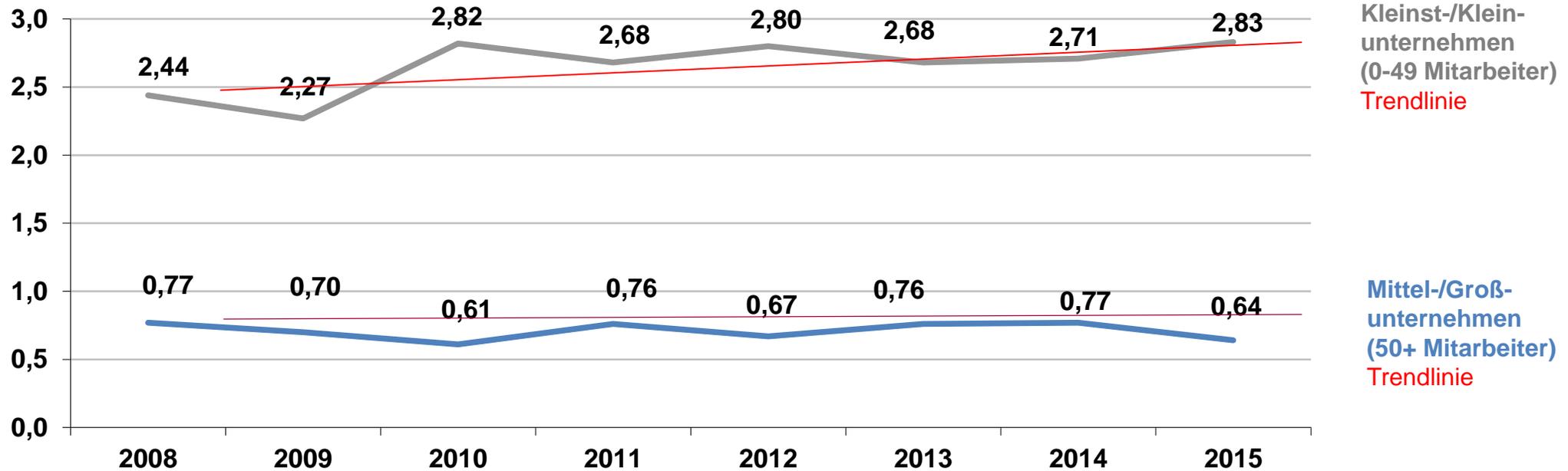


Werbeartikelumsatz 2014	Werbeartikelumsatz 2015	Unternehmen in Deutschland
62%	62%	90,6%
16%	20%	7,4%
11%	10%	1,6%
11%	8%	0,4%
<b>3,484 Mrd. €</b>	<b>3,476 Mrd. €</b>	<b>3,63 Mio.</b>

Basis: N=312. 0-9 Mitarbeiter n=73, 10-49 Mitarbeiter n=80, 50-249 Mitarbeiter n=91, 250+ Mitarbeiter n=68.

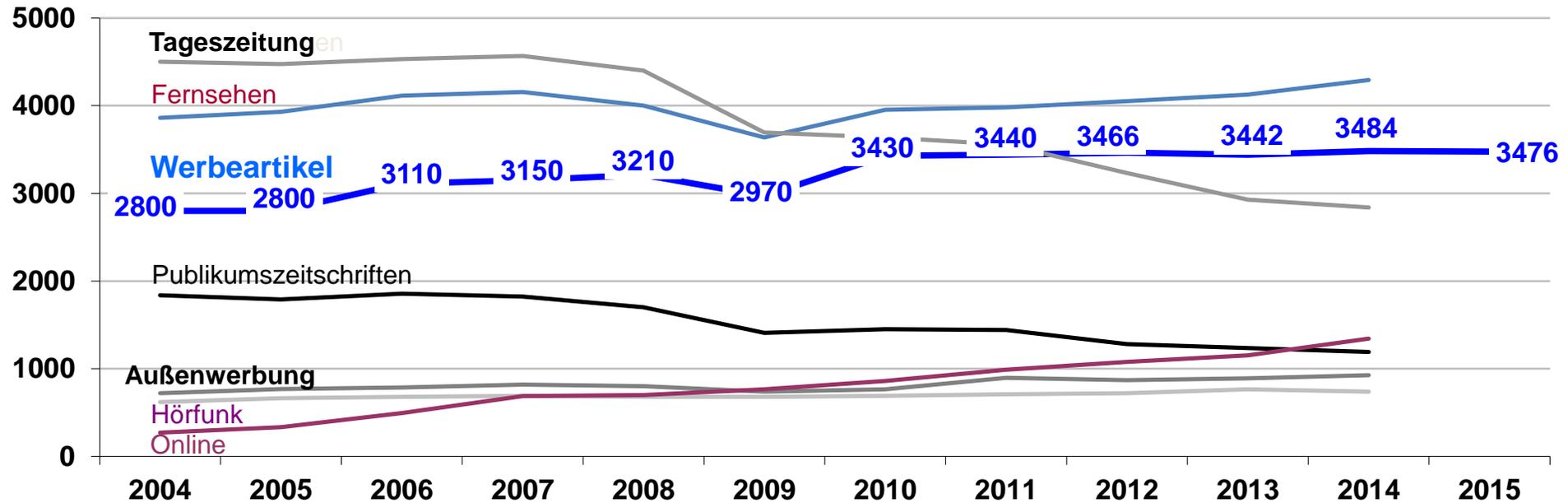
## Bei Kleinst- und Kleinunternehmen höhere Ausgaben für Werbeartikel (in Mrd. Euro)

Frage 8: Wie hoch sind im aktuellen Geschäftsjahr 2015 Ihre Ausgaben für Werbeartikel?



Basis: N=312. 0-9 Mitarbeiter n=73, 10-49 Mitarbeiter n=80, 50-249 Mitarbeiter n=91, 250+ Mitarbeiter n=68.

## Entwicklung der Werbeeinnahmen von Werbeträgern\* (in Mio. Euro)

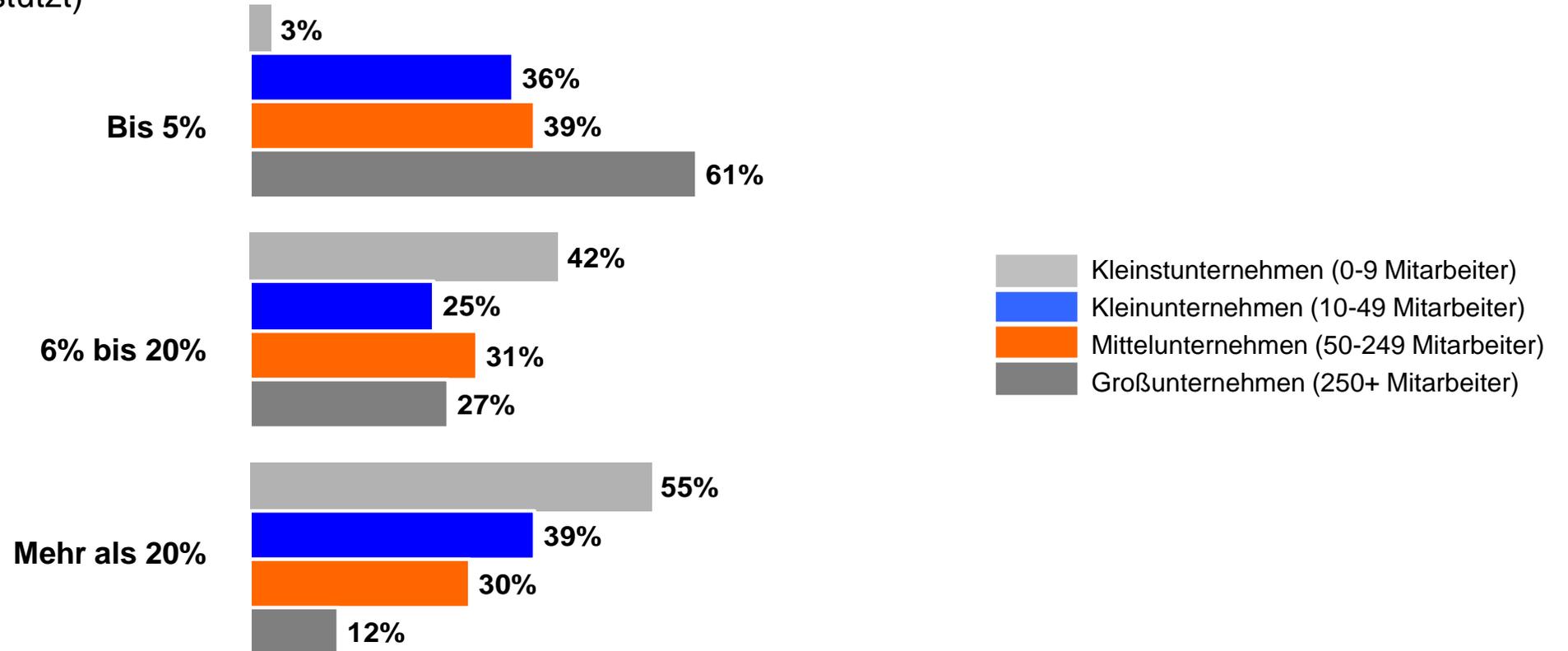


\*Quelle: ZAW (ohne Werbeartikel) „Werbung in Deutschland 2014“ (Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger ohne Produktionskosten).

Basis: N=312.

## Kleinstunternehmen setzen bei ihrer Unternehmenskommunikation stärker auf Werbeartikel

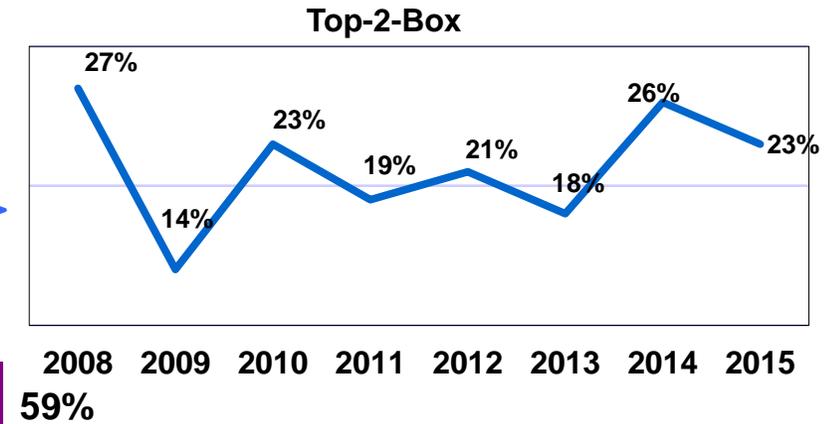
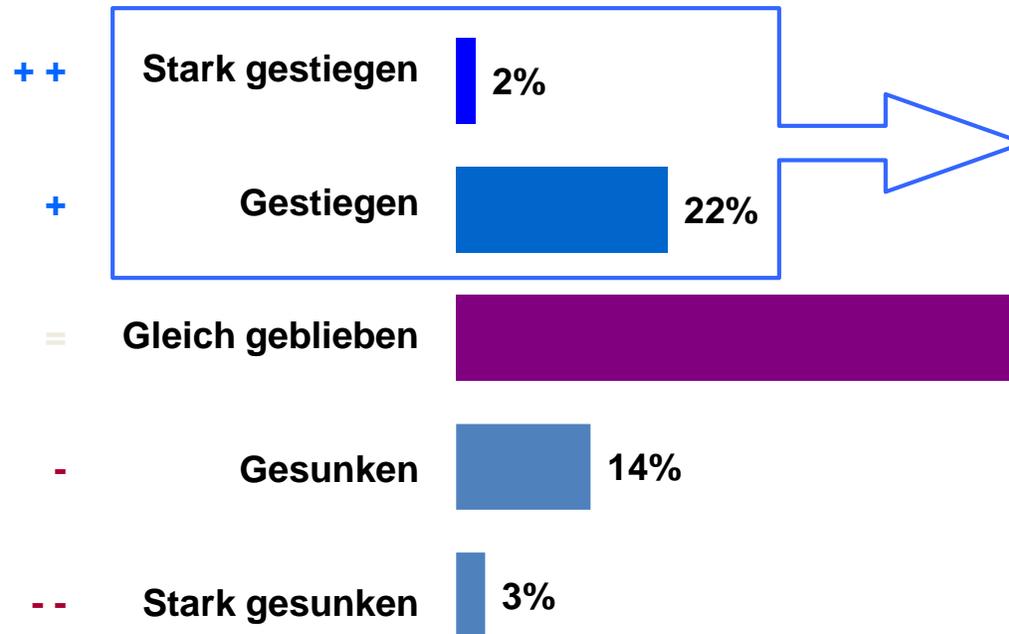
Frage 18: Und wie viel % Ihrer gesamten Ausgaben für Werbung und Kommunikation entfallen im aktuellen Geschäftsjahr 2015 auf Werbeartikel? (ungestützt)



Basis: N=312. 0-9 Mitarbeiter n=73, 10-49 Mitarbeiter n=80, 50-249 Mitarbeiter n=91, 250+ Mitarbeiter n=68.

## Die Einschätzung der Ausgabenentwicklung liegt leicht unter Vorjahresniveau

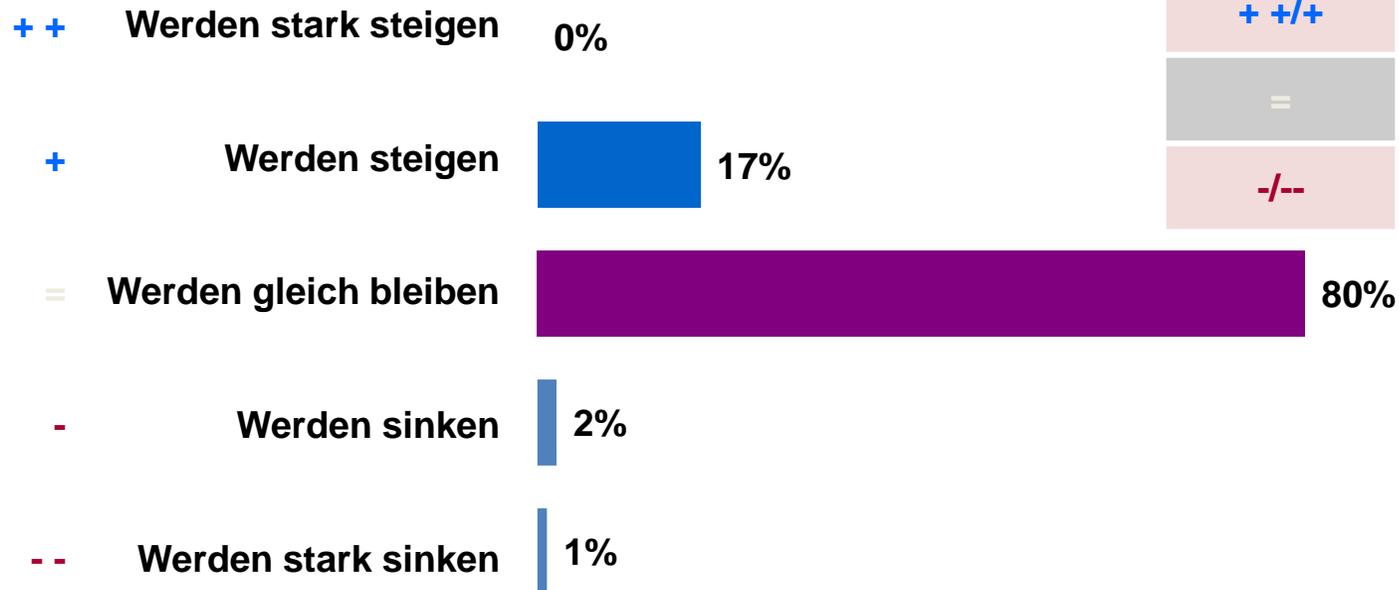
Frage 9: Wie haben sich die Ausgaben für Werbeartikel in Ihrem Unternehmen **in den letzten 5 Jahren** entwickelt? (gestützt)



Basis: N=312.

## Unternehmen rechnen mit konstanten Ausgaben in den nächsten Jahren

Frage 10: Und wie werden sich voraussichtlich Ihre Ausgaben für Werbeartikel in Ihrem Unternehmen **in den nächsten 5 Jahren** entwickeln? (gestützt)



	Entwicklung Ausgaben 2013	Entwicklung Ausgaben 2014	Entwicklung Ausgaben 2015
++	9%	29%	17%
=	81%	62%	<b>80%</b>
--	10%	9%	3%

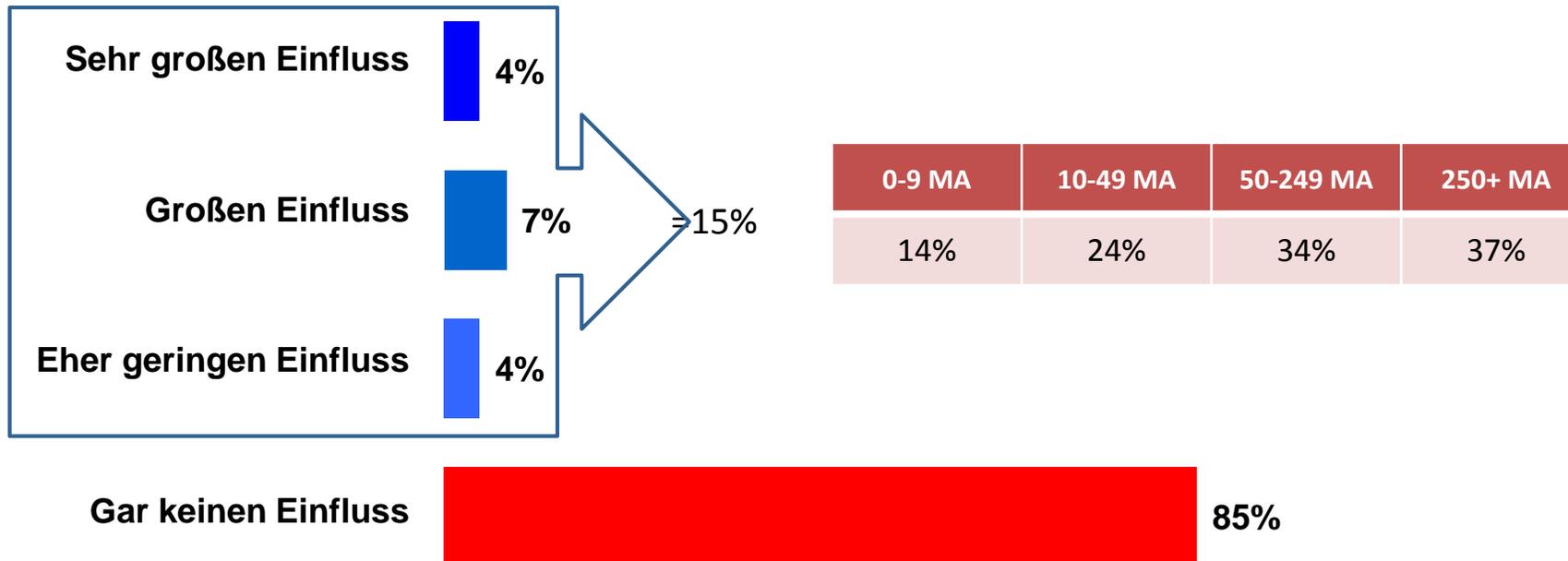
Basis: N=312.

# Budget für Werbeartikel

## Bei 15% der Unternehmen haben Compliance-Regeln Einfluss auf den Werbeartikeleinkauf – Höhere Bedeutung mit steigender Unternehmensgröße

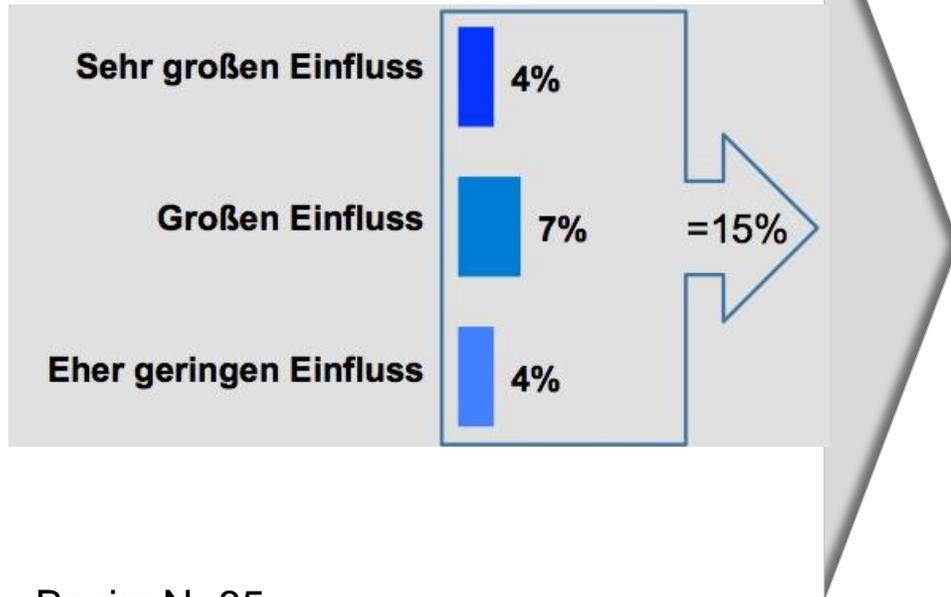
Frage 11: Unternehmen haben in den letzten Jahren die Regeln zur Annahme von Geschenken und persönlichen Gefälligkeiten mit Sachwerten verschärft. Diese Compliance-Regeln umfassen sowohl gesetzliche, aber auch firmeninterne Regeln. Inwieweit haben Compliance-Regeln Ihr Einkaufsverhalten bei Werbeartikeln verändert? (gestützt)

### Compliance-Regeln haben auf unser Einkaufsverhalten von Werbeartikeln einen ...



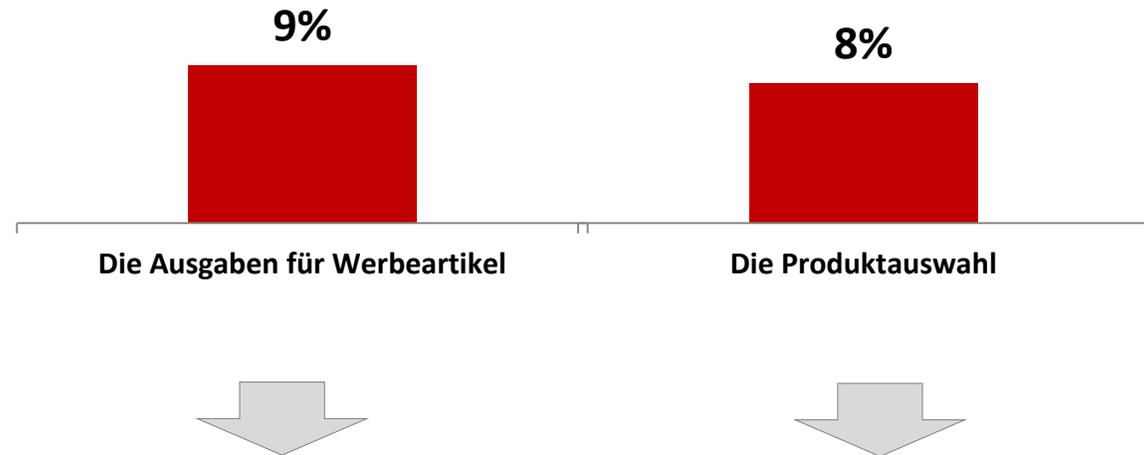
Basis: N=312. 0-9 Mitarbeiter n=73, 10-49 Mitarbeiter n=80, 50-249 Mitarbeiter n=91, 250+ Mitarbeiter n=68.

Compliance-Regeln haben auf unser Einkaufsverhalten von Werbeartikeln einen ...



Basis: N=85.

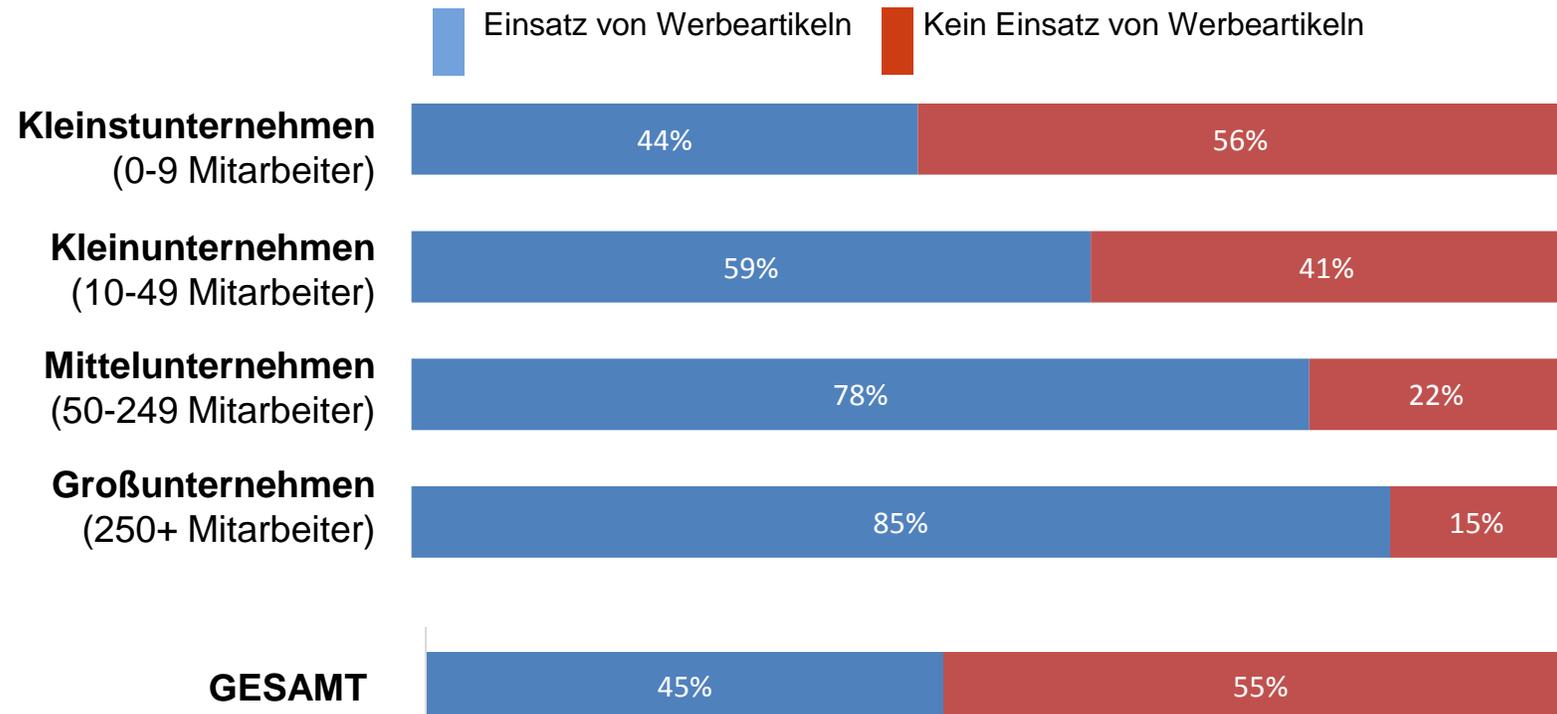
Frage 12: Und was hat sich durch den Einfluss von unternehmerischen Compliance-Regeln geändert? (gestützt, Mehrfachnennung - Falls laut Frage 11 mindestens ‚geringer Einfluss‘)



- Ausgaben für Werbeartikel haben sich um 5% bis 50% verringert
- Weniger hochpreisige/hochwertige Artikel über 35 €
- Weniger Präsentwerbeartikel (z.B. Wein, Alkohol)
- Dafür mehr Streuwerbeartikel

## Fast in jedem zweiten Unternehmen werden Werbeartikel als Kommunikationsmittel eingesetzt

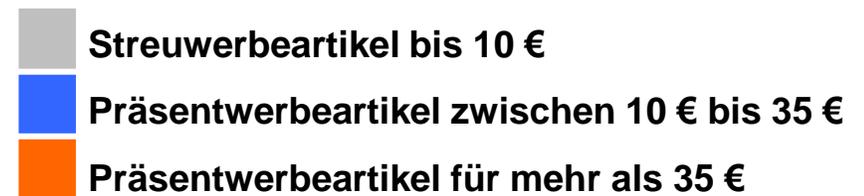
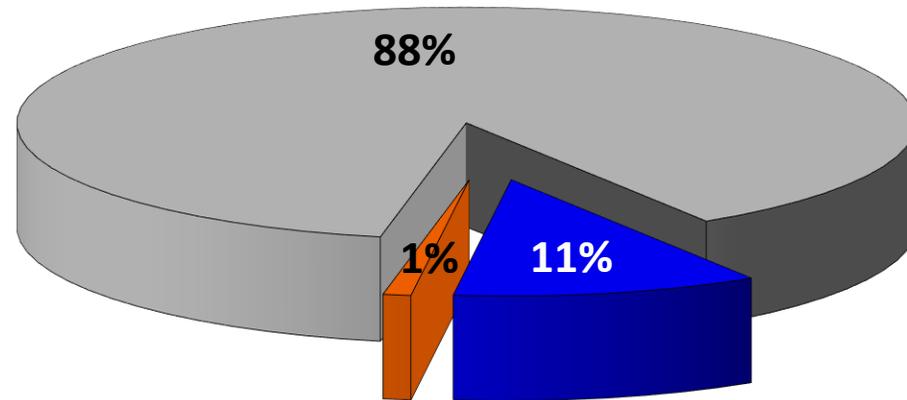
Frage 1: Setzen Sie in Ihrem Unternehmen Werbeartikel in der Kommunikation mit Ihren Kunden ein?



Basis: N=500. 0-9 Mitarbeiter n=168, 10-49 Mitarbeiter n=135, 50-249 Mitarbeiter n=117, 250+ Mitarbeiter n=80.

# Höherpreisige Präsentwerbeartikel werden nur selten von Unternehmen nachgefragt

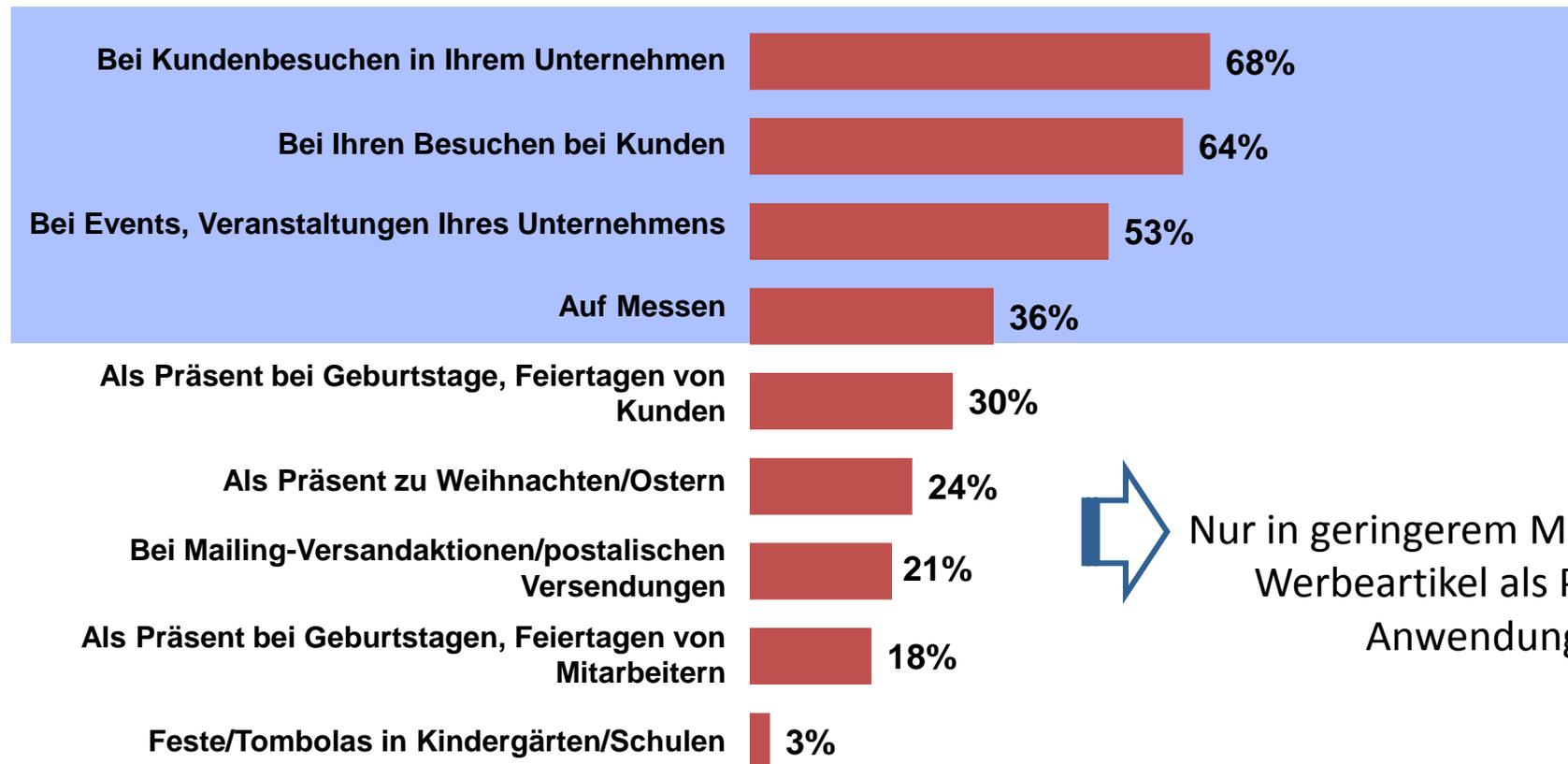
Frage 3/4: Wie verteilen sich die Werbeartikel prozentual auf ... (gestützt)



Basis: N=312.

# Werbeartikel werden hauptsächlich bei Veranstaltungen, Messen und Kundenbesuchen eingesetzt

Frage 5/6: Wann, zu welchen Gelegenheiten, setzen Sie Werbeartikel ein?



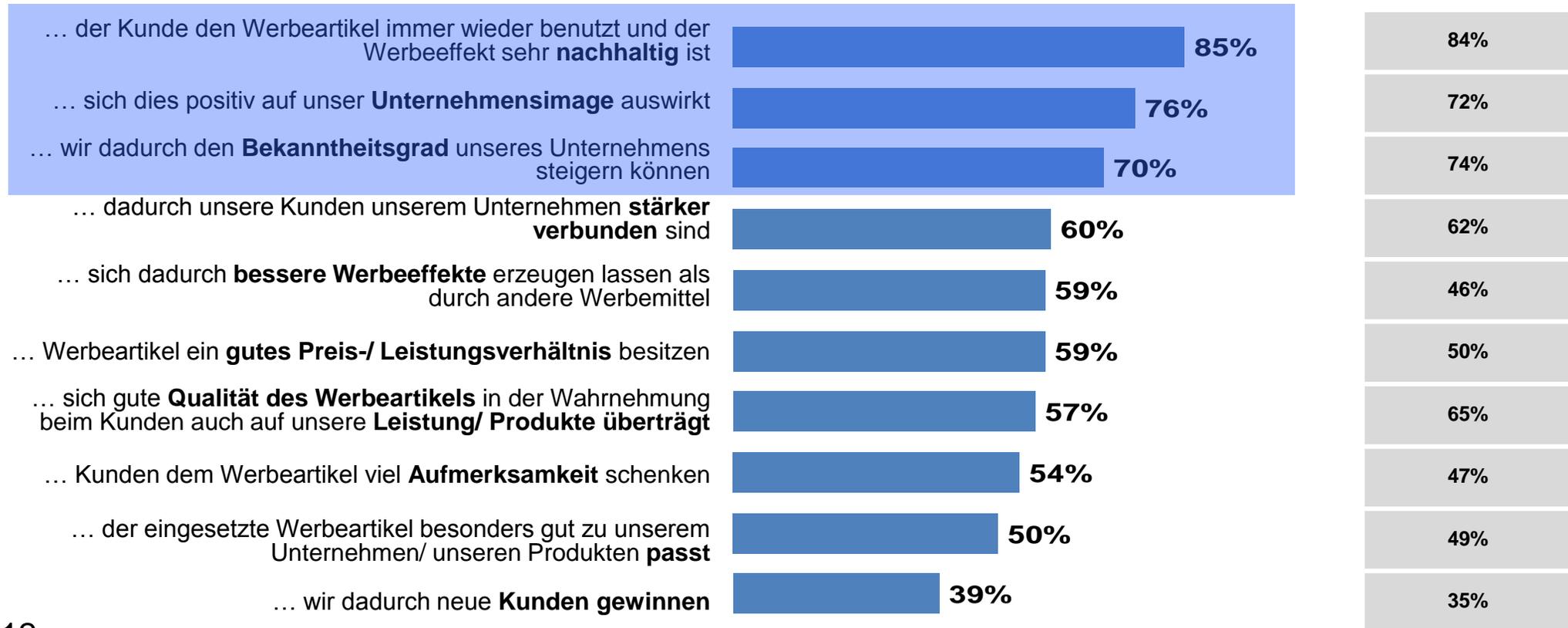
➔ Nur in geringerem Maße finden Werbeartikel als Präsent Anwendung

Basis: N=312.

## Unternehmen schätzen Werbeartikel vor allem aufgrund ihrer nachhaltigen Wirkung auf Image und Bekanntheit

Frage 7: Ich nenne Ihnen nun einige Gründe, weshalb man Werbemittel im Unternehmen einsetzen kann. Bitte sagen Sie mir, welche dieser Gründe auf Ihr Unternehmen zutreffen. (gestützt)

### Wir setzen Werbeartikel im Unternehmen ein, weil ...

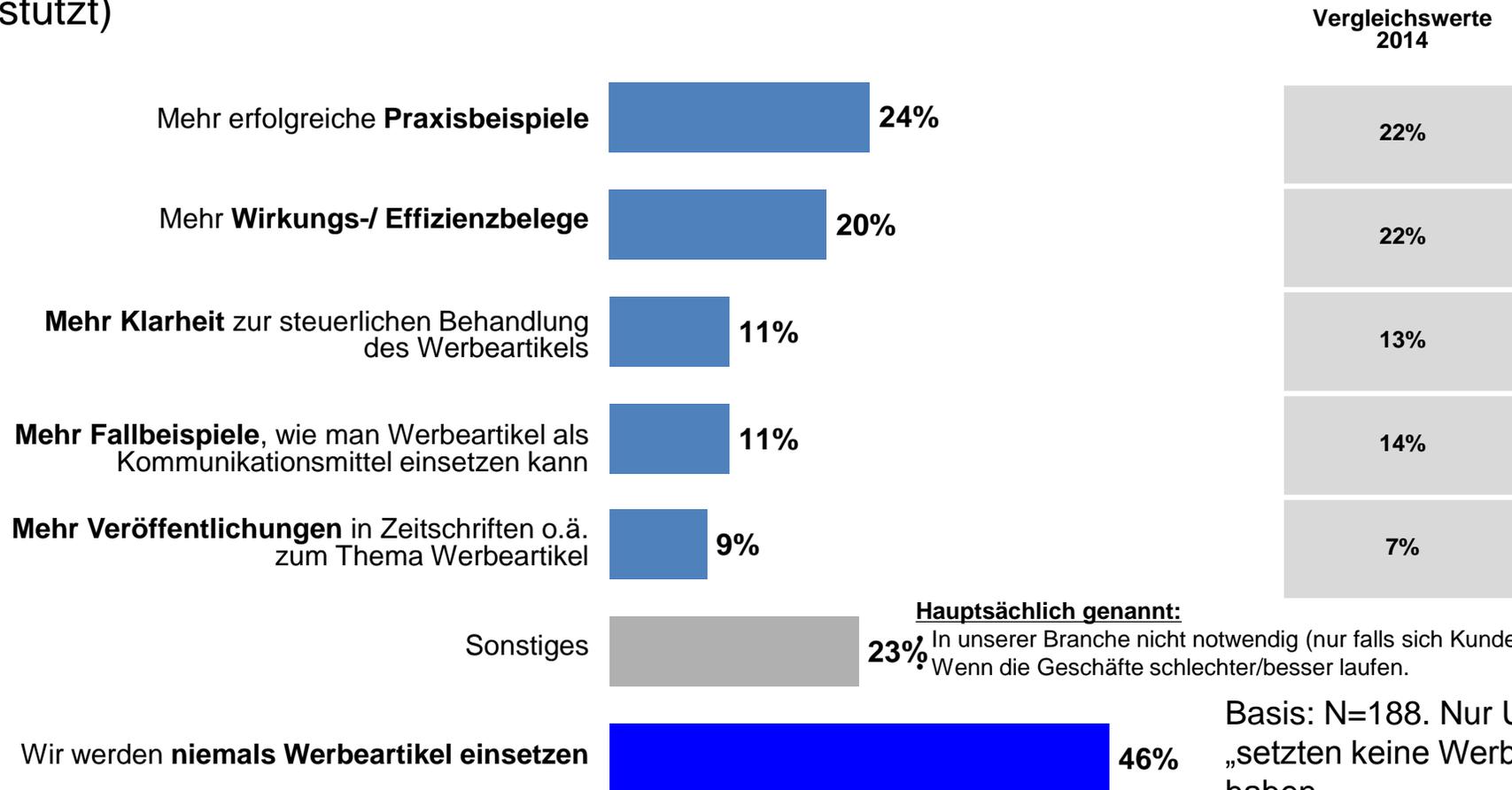


Basis: N=312.

# Hemmnisse beim Werbeartikel-Einsatz

## Mit fundierten Praxisbeispielen und Wirkungsbelegen könnten sich viele bisherige Nicht-Nutzer von Werbeartikeln einen Einsatz vorstellen

Frage 16: Was müsste passieren, dass Sie Werbeartikel als Kommunikationsmittel für Ihr Unternehmen in Betracht ziehen? (gestützt)



**Hauptsächlich genannt:**

23% In unserer Branche nicht notwendig (nur falls sich Kundenstruktur ändert).  
Wenn die Geschäfte schlechter/besser laufen.

Basis: N=188. Nur Unternehmen, die in Frage 1 „setzten keine Werbeartikel ein“ angegeben haben.

## Der Werbeartikel ist weiterhin das beliebteste Werbemittel bei Unternehmen

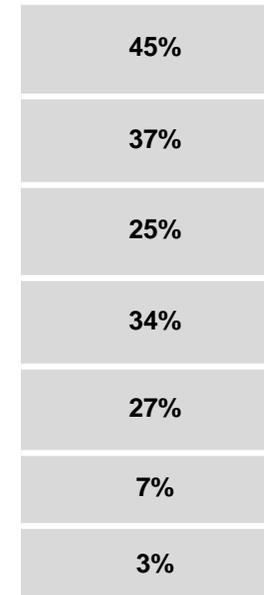
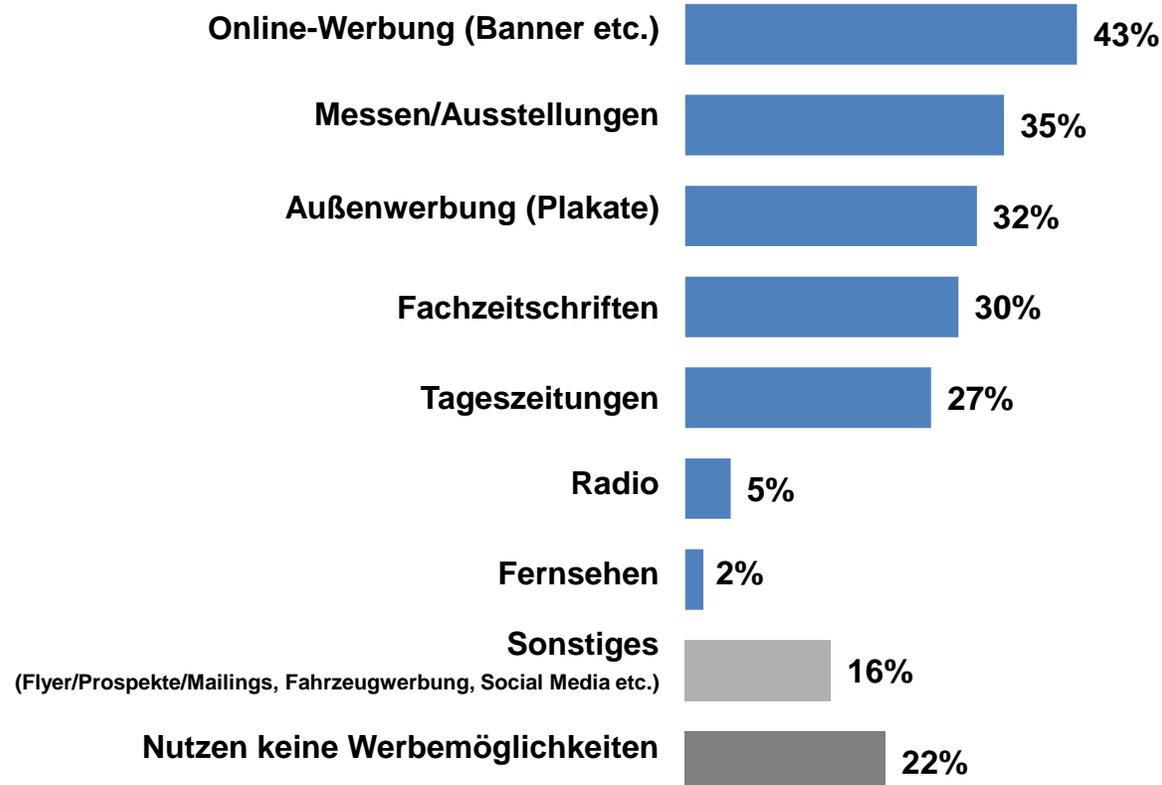
Frage 1: Setzen Sie in Ihrem Unternehmen Werbeartikel in der Kommunikation mit Ihren Kunden ein?



Vergleichswerte  
2014



Frage 17: Welche anderen Möglichkeiten nutzen Sie für die Kommunikation in Ihrem Unternehmen?



Basis: N=500.