

PRESSE-INFORMATION

Ort, TT. Monat 2022

#1001Emotion

Studie belegt: Werbeartikel berühren emotional – mehr als andere Werbeformen

Haptische Werbung wirkt, und zwar nicht nur in der Hand, sondern auch im Herzen. Eine Studie des Instituts september Strategie & Forschung aus Köln zeigt erstmals, dass Werbeartikel auch emotional berühren. Und zwar deutlich über der Skala anderer Werbeformen.

„Wir untersuchen täglich Werbemittel, von TV und Radio bis hin zu Instagram und TikTok“, so Oliver Spitzer, Geschäftsführer des Instituts september Strategie & Forschung. „Da gibt es immer wieder Überflieger, die besonders intensive Emotionen auslösen. Aber die Werbeartikel haben unsere Skala gesprengt.“ Dabei empfinden Menschen Werbeartikel oft als nette Aufmerksamkeit. Diese richten sich an das „innere Kind“, werden gerne spielerisch entdeckt oder aufgrund ihres praktischen Nutzens in den Alltag integriert.

„Haptische Werbung ist damit auf Augenhöhe mit anderen Werbeformen und braucht sich nicht zu verstecken“, sagt Frank Dangmann. Der frühere Präsident des Gesamtverbands Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) verantwortet auch nach seinem Ausscheiden aus dem Vorstand die Kampagne weiterhin. Noch unter seiner Führung nahm der GWW die außergewöhnlichen Ergebnisse der Emotionsforschung zum Anlass, diese in einer bundesweiten, aufmerksamkeitsstarken Marketingoffensive vorzustellen. Akzeptanz und Nachfrage sollen so spürbar gesteigert werden, in einer Branche mit rund 60.000 Beschäftigten.

1001Emotion.de

Herzstück ist ein Emotions-Lab, das man unter der Adresse www.1001Emotion.de betreten kann. Sprechende Werbeartikel, von nachhaltigen Notizbüchern bis zu veganen Gummibärchen, führen hier auf ihre ganz eigene Art durch die Studienergebnisse. Ein Referent erläutert den wissenschaftlichen Background und verkabelte Personen liefern Einblicke aus der menschlichen Psyche. Hier finden Interessierte (auch und gerade diejenigen, die glauben, schon alles über gebrandete Stifte, Notizbücher und Tassen zu wissen) handfeste neue Fakten. Mehr unter www.1001emotion.de.

(2.006 Zeichen)

Hier bitte noch ergänzen:

Boilerplate (kurzes Unternehmensporträt)

+ Redaktionskontakt

Über den GWW

Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) bündelt und vertritt die Interessen aller Unternehmen, die am Wertschöpfungsprozess der Werbeartikelbranche beteiligt sind. Dazu zählen Lieferanten und Hersteller, Händler und Berater sowie Dienstleistungsunternehmen. Der Verband ist die Interessenvertretung der Werbeartikelbranche mit ihren bundesweit rund 60.000 Beschäftigten. www.gww.de