

Persönlichkeit und Individualität

Der Dialog Marketing Report 2019 der Österreichischen Post wird Mitte Juni erscheinen.

Hohe Akzeptanz

Persönlich adressierte Werbung ist beliebt. Das belegte auch der Dialog Marketing Report 2018.

WIEN. Auch wenn die Spendings für Online-Marketing einen starken Anstieg verzeichnen (+15% vs. 2017) und die Bedeutung von Social Media-Werbung zunimmt, hat Print-Werbung laut dem Dialog Marketing Report 2018 gerade in unserer schnelllebigen Zeit einen hohen Stellenwert.

Über eine hohe Aufmerksamkeit darf sich das Flugblatt (92% aller Empfänger lesen Flugblätter, 63% teilen Informationen aus Flugblättern mit Freunden und Familie, 46% beschäftigen sich 2-4 Minuten mit einem Flugblatt) oder auch Direkt Mailings (92% der Empfänger lesen Direct Mailings, 29% bewahren Direct Mailings 2-3 Tage auf) freuen.

Der neue Dialog Marketing Report der Österreichischen Post wird heuer Mitte Juni erscheinen und wieder einen Ausblick auf das Mediennutzungsverhalten geben. Für den Report 2019 wurden 407 österreichische Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitern befragt, außerdem insgesamt 1.009 Österreicher zwischen 14 und 69 Jahren über Computer Assisted Web-Interviews abgefragt.

Würdigung von Direct Mailings

Der Report 2018 konnte zeigen, dass Angebote aus Printwerbung öfters genutzt werden als aus E-Mail-Newslettern (86% nutzen Angebote aus Flugblättern, 75% aus Direct Mailings, 53% aus E-Mail-Newslettern), und Offline-Werbemittel schneiden umso besser ab, je persönlicher und individueller sie gestaltet sind (Flugblätter: zeitgemäß 31%, hochwertig 24%; Direct Mailings



© APA/Andreas Tröschner

zeitgemäß 35%, hochwertig 32%). Daher wird persönlich adressierte Werbung immer wichtiger und hat bei den Kundinnen und

Kunden eine hohe Akzeptanz (störend: 21% Direct Mailings, 41% E-Mail Newsletter, 52% Social Media-Werbung).

Um herausragende Direct Mailings zu würdigen, hat die Österreichische Post im Herbst 2018 wieder Handelskunden aufgerufen, ihre besten Direct Mailings in vier Kategorien zum Direct Mail Award einzureichen.

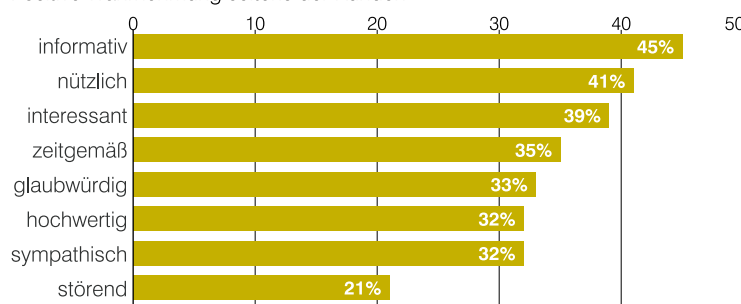
Die Direct Mailings müssen im Versandzeitraum von April 2018 bis Ende März 2019 erfolgt sein. Die Awards 2019 werden Mitte Juni in den vier Kategorien Kuvert Mailing, Katalog & Kundenmagazin, Selfmailer und Karte verliehen.

Die Einreichungen wurden von 1.000 Konsumenten bewertet, und die spannenden Erkenntnisse dieser Marktforschung werden bei der Awardverleihung präsentiert. (gs)

Persönlich adressierte Werbung

Bewertung durch Konsumenten

Positive Wahrnehmung seitens der Kunden



Respondenten: 14-69 Jahre, n=1.001; Quelle: Post Dialog Marketing Report 2018