

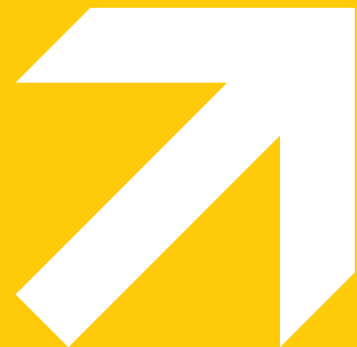
# 949,9 Millionen Euro

haben deutsche Unternehmen im ersten Quartal 2008 für den Versand von Direct Mails ausgegeben. 603,1 Millionen Euro flossen in adressierte, 21,8 Millionen in teiladressierte und 324,9 Millionen in unadressierte Sendungen.

Quelle: Nielsen Direct Mail Werbestatistik

„Der Mensch ist ein haptisches Wesen, und so wird es auch in ferner Zukunft klassische Direct Mailings geben. Print und Online werden sich optimal ergänzen, indem die jeweiligen Stärken genutzt werden.“

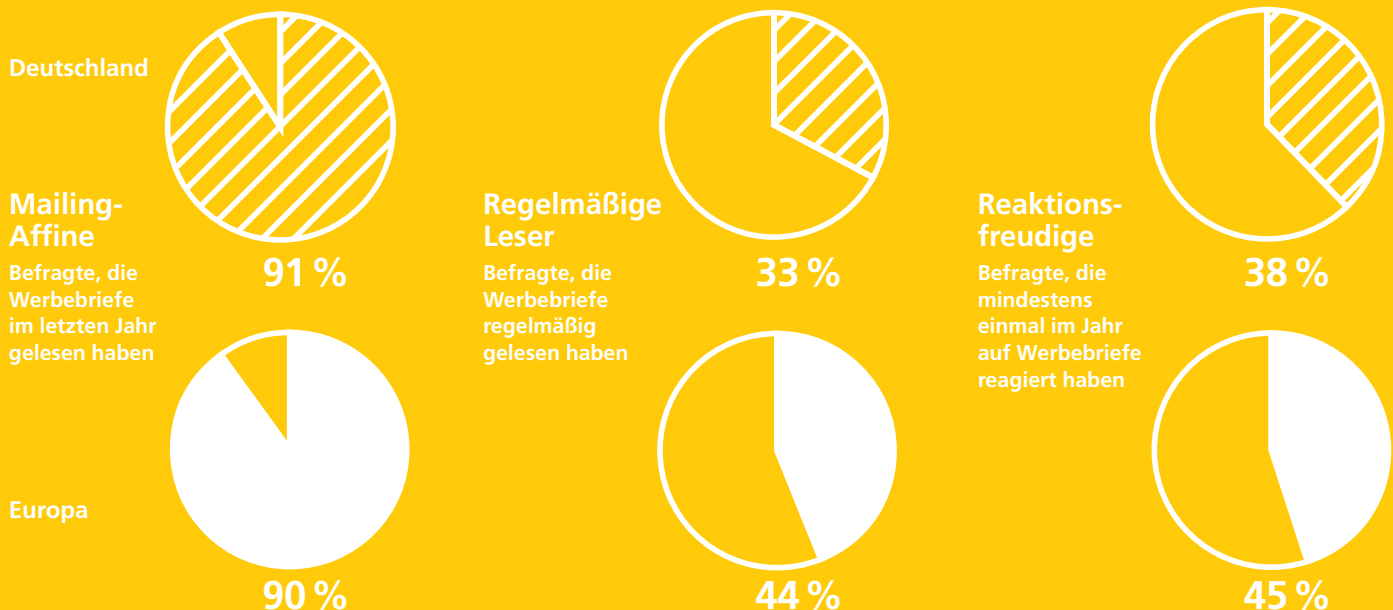
Dr. Michael Müller,  
Leiter Direktmarketing & CRM,  
Kaufhaus Warenhaus AG, Köln



## Reaktionen auf Direct Mailings

Die absolute Mehrheit der Befragten (91 %)\*, die Werbebriefe erhalten, gehört zu den Mailing-Affinen. 33 % lesen die Direct Mailings regelmäßig, und 38 % reagieren aktiv darauf.

\*Basis Deutschland: Befragte, die Werbebriefe erhalten haben N = 452, Basis Europa: N = 6874



Quelle: Direkt Marketing Monitor International 2008, Herausgeber: Deutsche Post Global Mail