

Kleine Firmen auf Direktkurs

Dialogmarketing gewinnt auch bei Kleinstunternehmen immer mehr Freunde: Im Jahr 2007 investierten 73 000 Firmen mehr als im Vorjahr (plus 5,7 %) in den zielgenauen Kundendialog. Insgesamt gaben sie für Dialogmaßnahmen 4,3 Milliarden Euro aus, 0,6 Milliarden mehr als 2006.

Quelle: Dialogmarketing Monitor 2008, Basis: Dialogmarketinganwender, Unternehmen unter 250.000 Euro Jahresumsatz

Einsatz der Dialogmedien 2007

Internet



Werbesendungen



Telefonmarketing



E-Mail-Marketing



Ausgabenvolumen nach Medien

Internet



Werbesendungen



Telefonmarketing



E-Mail-Marketing



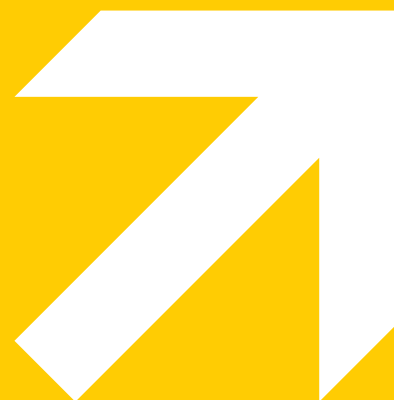
Quelle: Dialogmarketing Monitor 2008, Herausgeber: Deutsche Post World Net

1,8

Milliarden Euro

investierten deutsche Unternehmen im ersten Halbjahr 2008 in die Werbung per Direct Mail. Das Medium wurde von 34 % der Firmen genutzt. Spitzenreiter: Quelle Versand mit 65,3 Millionen Euro.

Quelle: Nielsen Direct Mail Statusbericht 1. Halbjahr 2008



213 Unternehmen bezogen sich im ersten Halbjahr in ihrem Mailingversand direkt oder indirekt auf die EM 2008. Die größte Kampagne startete der Weltbild Verlag für 7,1 Millionen Euro.

Quelle: Nielsen Direct Mail Statusbericht 1. Halbjahr 2008