

# 3,6

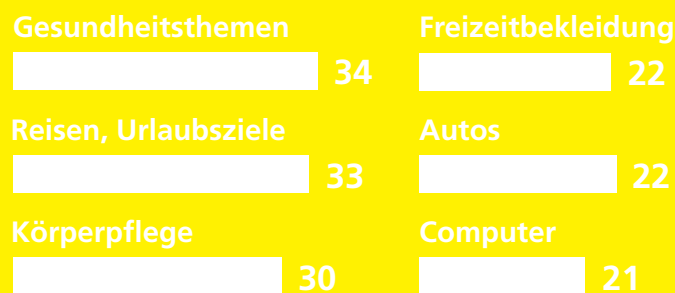
## Milliarden Euro

gaben werbungstreibende Unternehmen im vergangenen Jahr für Direct Mailings aus. Werbestärkster Monat war der Oktober mit gut 360 Millionen Euro Dialogspendings. Im Juli gab es mit rund 240 Millionen Euro die niedrigsten Ausgaben für Mailings.

Quelle: Nielsen Media Research, Bruttogesamtaufwendungen 2008

## Lieber Urlaub als Auto

Kleider, Autos und Computer sind den Deutschen wichtig – besonderes Interesse jedoch gilt Produkten, die auf das persönliche Wohlbefinden zielen (in Prozent):



Quelle: Typologie der Wünsche (TdW 2009 II)

 Unternehmen mit über 50 Millionen Euro Jahresumsatz tragen mehr als die Hälfte der Gesamtaufwendungen im Dialogmarketing.

Quelle: Deutsche Post. Dialogmarketing Deutschland 2008, Studie 20

# 21 Prozent

der Konsumenten finden Response-Elemente wie Telefonnummern oder Internetadressen bei werblichen Maßnahmen hilfreich.

Quelle: IfD Allensbach/Statista.org 2009

# 41

Prozent sagen, dass ihnen Maßnahmen mit Prominenten als Werbeträger mehr auffallen als Kampagnen ohne bekanntes „Werbegesicht“. Die Überzeugungskraft prominenter Testimonials sinkt zwar – nur noch 15 Prozent halten Promi-Werbung für glaubwürdiger –, aber die Kaufbereitschaft steigt.

Quelle: IMAS International 2008