

Informationen aus der Direktwerbung

EDITORIAL

Die unadressierte Direktwerbung ist ein eigentlicher «Dauerbrenner». Lokal, regional und national setzen Unternehmen aus zahlreichen Branchen die Postwurfsendung immer wieder als wirtschaftliches und effizientes Kommunikationsmittel ein. Dass diese Form von Direktwerbung im wahrsten Sinne des Wortes gut ankommt, beweist auch eine aktuelle Publitest-Studie (siehe Bericht rechts).

Direktwerbung gehört denn auch zu den beliebtesten Werbemitteln. Die aktuelle Erfassung «Werbeaufwand 2005» der Stiftung Werbestatistik Schweiz weist insgesamt 1,275 Mia. Franken Verteilkosten für adressierte und unadressierte Direktwerbung aus. Ein neuer Rekord, wobei in dieser Zahl die Kosten für die Kreation und Produktion der Werbemittel nicht berücksichtigt sind.

Rechnet man die «Herstellung» der Direktwerbung auch noch dazu, dann ist diese Branche ein milliardenschwerer und bedeutender Wirtschaftsfaktor, verknüpft mit tausenden von Arbeitsplätzen.

Als Kompetenzzentrum für Direktwerbung unterstützen wir Sie auch 2007 mit Engagement und Begeisterung. Wir wünschen Ihnen angenehme Festtage und einen guten Start ins neue Jahr.

Ihre AWZ AG

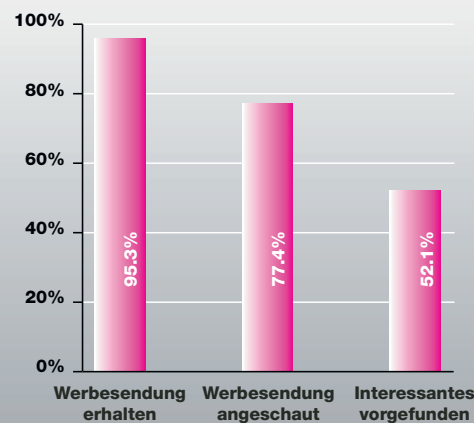
UNADRESSIERTE DIREKTWERBUNG KOMMT AN

STUDIE SCHAFFT KLARHEIT

Im Auftrag von sdm (swissdirectmail) wurde im 2005 bei Publitest eine Studie zum Thema «Zustellqualität und Werbewirkung der Direktwerbung» in Auftrag gegeben. Der methodische Steckbrief umfasste Ergebnisse aus drei Messreihen im April, August und November 2005. Publitest hat 1'250 Haushaltungen aus der Deutsch- und Westschweiz in diese repräsentative Untersuchung mit einbezogen.

Was zeigen diese Zahlen? Zuerst einmal sagen sie etwas über die sehr hohe Qualität der unadressierten Vertragsdienstleistungen aus. Auftraggeber können sich darauf verlassen, dass von den gewünschten Zielgruppen im Streugebiet mehr als 95% auch wirklich erreicht werden. Weiter ist sehr erfreulich, dass mehr als $\frac{3}{4}$ der Empfängerinnen und Empfänger die Streuwerbung beachten. Was allerdings von entscheidender Bedeutung ist: **Mehr als die Hälfte der angesprochenen Personen interessieren sich konkret für die angebotenen Produkte und Dienstleistungen. Unadressierte Direktwerbung ist also alles andere als «Werbung für den Papierkorb», sondern effiziente und zielgerichtete Kommunikation mit Spitzenwerten in Sachen Beachtungsgrad!**

Die Partnerfirmen von swissdirectmail mit ihren rund 8000 Verträgerinnen und Verträgern lassen diese Befragung im Sinne einer laufenden Qualitätskontrolle in regelmässigen Abständen wiederholen und auswerten.



Wer ist swissdirectmail?



Als privatwirtschaftlich organisierte Alternative zur Schweizerischen Post haben 14 führende Schweizer Vertragsorganisationen – darunter auch die AWZ AG – 2002 den Verbund sdm – swissdirectmail ins Leben gerufen. Dank breiter Kundenunterstützung und professionellem Know-how hat sich swissdirectmail zum Marktführer in der Verteilung von unadressierten Werbesendungen etabliert. 8000 private Postbotinnen und -boten bedienen heute über 2,4 Millionen Haushaltungen mit Drucksachen, Zeitungen, Zeitschriften und Warenmustern.

■ NEUE SELEKTIONSKRITERIEN GESCHÄFTSADRESSEN



AWZ TESSIN OPTIMIERT VERTRAGUNGSLOGISTIK

Die intensive Suche nach einem zentralen Standort für das neue AWZ-Vertragsdepot im Tessin hat sich gelohnt. Anfangs Dezember wurden die grosszügigen Räumlichkeiten in Mezzovico bezogen. Im neu errichteten, modernen Gewerbegebäude «Centro QI» verfügt die AWZ über eine Lagerkapazität von rund 670 m². Gleichzeitig wurden die beiden bisherigen Depotstandorte Quartino und Muzzano aufgehoben. Die Büros der AWZ Tessin befinden sich unverändert am Corso Elvezia 10 in Lugano und neu auch im Depot in Mezzovico.

PREISE 2007

Während vieler Jahre sind die Vertragspreise stabil geblieben und konnten punktuell sogar gesenkt werden. Für 2007 werden die Preise moderat erhöht, je nach Gewichtskategorie und Gebiet liegt der Aufschlag zwischen 1% und 2%. Gerne machen wir Ihnen eine massgeschneiderte Offerte für Ihr gewünschtes Vertragsgebiet.



Statistischer Umsatz

Das neue Kriterium «Umsatz» für die Selektion von Firmen-Zielgruppen zeigt in 9 Ratingklassen, wie viel ein Unternehmen in einem Jahr erwirtschaftet. Die Firmen werden halbjährlich neu klassiert. – Zusatzwissen, welches für Ihre Direktwerbung buchstäblich Gold wert sein kann...

Entscheidungsträger hat Firma gewechselt

Wenn Personen in leitender Stellung in eine andere Firma wechseln, dann werden am neuen Wirkungsort oft auch bestehende Lieferantenbeziehungen in Frage gestellt. Die AWZ liefert Ihnen Firmenadressen mit dem Zusatzmerkmal «Entscheidungsträger hat Firma gewechselt». – Ihre Chance für neue Kundenkontakte!

Alter und Geschlecht des Entscheidungsträgers

Warum soll ein Produkt, welches sich ausschliesslich für Frauen eignet, bei allen Entscheidungsträgern kommuniziert werden? Mit der neuen Selektion «Alter» und «Geschlecht» lassen sich Entscheidungsträger noch besser eingrenzen und Mailing-Streuverluste vermeiden.

■ FEEDBACK

Grösste Datenbank mit E-Mail-Adressen

Die vor einiger Zeit vorgestellte Datenbank mit rund 200'000 privaten E-Mail-Adressen und 100'000 SMS-Mobilnummern stösst auf reges Interesse. Die nach den Grundsätzen des «Permission-Marketings» erfassten Daten lassen sich nach zahlreichen Spezialkriterien selektionieren. Der E-Mail- und SMS-Versand erfolgt im Full-Service durch die AWZ.



Kundenpotenzialanalyse

In der letzten AWZ Box haben wir die Kundenpotenzialanalyse als Instrument für die Unternehmensführung präsentiert. Verschiedene Leserinnen und Leser zeigten sich erstaunt, wie der bestehende Kundenstamm mit einfachem Aufwand aktualisiert werden kann. Mit der AWZ-Analyse lassen sich gleichzeitig auch wertvolle Daten für die Zukunftsplanung des Unternehmens gewinnen.

MIT SICHERHEIT BESSER FAHREN

Test & Training tcs AG bezieht bei der AWZ Adressen für die Neukundenwerbung und lassen Lettershoparbeiten ausführen.

Die TCS-Tochter Test & Training tcs betreibt mit ihren beiden Verkehrssicherheitszentren (VSZ) Betzholz bei Hinwil/ZH und Stockental bei Thun die modernsten Zentren in der Schweiz. In der Westschweiz gibt es mit den Fahrtrainingszentren in Lignières/NE und Vernier/GE zwei weitere Aus- und Weiterbildungsplätze.

Mehr denn je ist Verkehrssicherheit ein zentrales Thema. Die heutigen Fahrzeuge sind zwar mit verschiedensten Sicherheitseinrichtungen ausgestattet und tragen wesentlich zu sicherem Fahren bei. Dennoch: 90% aller Unfälle sind auf menschliches Fehlverhalten zurückzuführen. Gefahren im Strassenverkehr erkennen und in Notsituationen richtig reagieren will gelernt sein! Unter Anleitung erfahrener InstruktorInnen und InstruktorInnen lernen die KursteilnehmerInnen nach den neusten Methoden die Grenzen ihrer Fähigkeiten und die ihres Fahrzeuges kennen.

Die Infrastruktur entspricht dem neuesten Stand der Technik. **Notsituationen können wir realitätsnah simulieren**, damit Sie lernen, schnell und richtig zu reagieren, wenn es darauf ankommt.

Unter dem Motto «Lernen durch Erleben» führen wir **Fahrtrainings für die verschiedensten Fahrzeugkategorien** durch. **Speziell für Gewerbetreibende,**



Handwerker und Kurierdienste bieten wir das Training für leichte Nutzfahrzeuge und Kleinbusse an. Neben dem ganzjährigen Kursangebot in unseren Zentren führen wir im Winter auch **Spezial-Fahrtrainings auf Schnee und Eis** an (St. Stephan im Obersimmental, Bourg-St-Pierre/VS und Wichlenalp bei Elm/GL). Der nächste Winter kommt bestimmt

Perfektions-, Sportfahrersicherheits- und Funtrainings finden auch auf europäischen Rennstrecken statt. Jede Menge Fahrspass inklusive!

Mit der **Mobilen Fahrtrainings-Station** macht die Test & Training tcs AG in

Sachen Fahrsicherheit mobil, d.h. mit der modernen Infrastruktur können auf jedem geeigneten Platz Fahrtrainings durchgeführt werden.

Übrigens lassen sich unsere **Fahrtrainings auch ideal in eine Mitarbeiter-tagung oder -schulung integrieren**. Auch immer eine gute Idee: Sie laden Ihre besten Kunden zu einem Fahrtraining ein und präsentieren auch gleich Ihre Produktneuheiten. Wir verfügen über verschiedene **Seminarräume, ausgestattet mit modernster Technik**. Oder wie wär's, wenn Sie **das nächste Betriebsfest oder Weihnachtsessen zu einem Erlebnistag** bei Test & Training tcs machen? Wir freuen uns darauf, Sie zu beraten!

Informationen: Test & Training tcs AG, Daniel Mauerhofer, 8340 Hinwil/ZH, Tel. 043 843 10 17 und auf www.test-und-trainingtcs.ch

Gutschein 10% Rabatt

Aktion Firmen-Trainings/-Events im VSZ Stockental

Einlösbar bis 28.02.2007, gilt nur für Standort VSZ Stockental

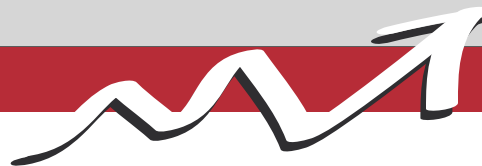
Firma

Adresse

Anzahl Personen

Gewünschtes Datum

Senden an: Verkehrssicherheitszentrum Stockental, 3632 Niederstocken b. Thun, Tel. 033 341 83 83, Fax 033 341 83 87, www.test-und-trainingtcs.ch, stockental@tcs.ch



Unter dem Motto «Fachchinesisch in der Direktwerbung» haben wir Ihnen in der letzten Box an dieser Stelle einige Fachbegriffe erläutert. Hier nun die Fortsetzung:

Incentive

Attraktiver Anreiz, wird sehr oft als firmeninterne «Motivationspritze» eingesetzt (Reisen, Prämien etc.). Gilt im DM als Angebotsverstärker für die angesprochenen Zielgruppen.

Initialkauf

Erstkauf eines Kunden. Im DM wird dieser Erstkäufer oft speziell belohnt, z.B. mit einem Preisnachlass, Mehrwert oder einem Geschenk.

Kaufkraftklassen

Klassisches Einkommenskriterium bei der Beschaffung von Privatadressen. Ergänzend zur Kaufkraftklasse bieten Ihnen die führenden Adressenanbieter heute verschiedene weitere Selektionsmöglichkeiten zur Zielgruppenbestimmung via Finanzkraft an.

KISS

Das legendäre Kürzel «KISS» steht für «keep it simple and stupid». Das Motto «so einfach wie möglich» hat in der Direktwerbung auch heute noch seine Gültigkeit. Es gilt, die Kundennutzen so einfach wie möglich zu transportieren.

Listbroking

So nennt sich die Vermittlung von aktuellen und zielgruppengerichteten Adressen (Adresslisten), meistens verbunden mit einer speziellen, in der Praxis bereits ausgetesteten Adressqualität (z.B. Postbesteller von EDV-Artikeln, Menschen mit einer hohen Affinität zum Pferdesport etc.).

Lettershop

Unternehmen mit professioneller Infrastruktur für die maschinelle Verarbeitung von Mailings. Adressieren, personifizieren, verpacken, frankieren und die Postaufgabe sind Stichworte dazu. Moderne Lettershop-Dienstleister können auch komplexe Mailings mit verschiedenen personifizierten Beilagen vollautomatisch versandbereit machen.

Mailing

Adressierte oder unadressierte Direktwerbung. Zentrale Bestandteile sind in der Regel eine Ansprache (Brief), ein Informationsmittel (Broschüre, Flyer o.ä.) und ein Reaktionsmittel (Antwortkarte, Gutschein, Wettbewerbston).

Mail-Order-Business

Sammelbegriff für alle Werbemaßnahmen, welche das Ziel haben, eine Reaktion per Post (Bestellung) auszulösen.

Multi-Mailing

Auch Verbundwerbung genannt. Das Mailing enthält unterschiedliche Angebote von verschiedenen Firmen. Die Angebote können thematisch eingegrenzt («alles für Ihren Garten») oder frei zusammengewürfelt sein. Zentraler Vorteil ist die Kostensenkung durch den gemeinsamen Kostenteiler.

Negativoption

Hier wird durch Nichtreagieren ein Angebot bestellt. Ist das Angebot nicht erwünscht, muss es vom Empfänger explizit abgelehnt werden. Die Negativoption ist in der Abwerbung beliebt, löst aber immer wieder Kontroversen aus und ist deshalb umstritten.

DAS AKTUELLE ZITAT

Worte verbinden nur, wo unsere Wellenlängen längst übereinstimmen.

Max Frisch



IMPRESSUM Herausgeberin AWZ AG Bern · Verantwortlich für diese Ausgabe René Schaad
Realisation Guldemann Kommunikation, 4563 Gerlafingen · Geht mehrmals jährlich an die Kundschaft der AWZ-Gruppe

Individueller Vertragsservice		 
Umfassende Adressen-Datenbanken Privat- und Geschäftsadressen		
Vernetzte Informatik-Lösungen		
Flexible Verpackungs- und Versand-Organisation		
Events		
Call Center		
<p>AWZ AG Sulgenrain 24–26 Postfach 3000 Bern 23 Telefon 031 560 60 60 Telefax 031 560 60 70 awzinfo@awz-bern.ch www.awz.ch</p>		<p>Zweigniederlassung Zürich: Binzstrasse 39 Postfach 8045 Zürich Telefon 044 456 58 58 Telefax 044 456 58 60 info@awz-zh.ch www.awz.ch</p>
Weitere Filialen in Basel und Lugano		