



*Mr. Werbemittel*  
BESSER WERBEN.

E-BOOK

# 7 Schritte zum strategischen Werbemittel- Einkauf

Schritt-für-Schritt-Anleitung für  
Einkauf & Kampagnenplanung  
von Werbemitteln

---

EIN LEITFADEN VON TIMO RÜDIGER

---

# Einführung



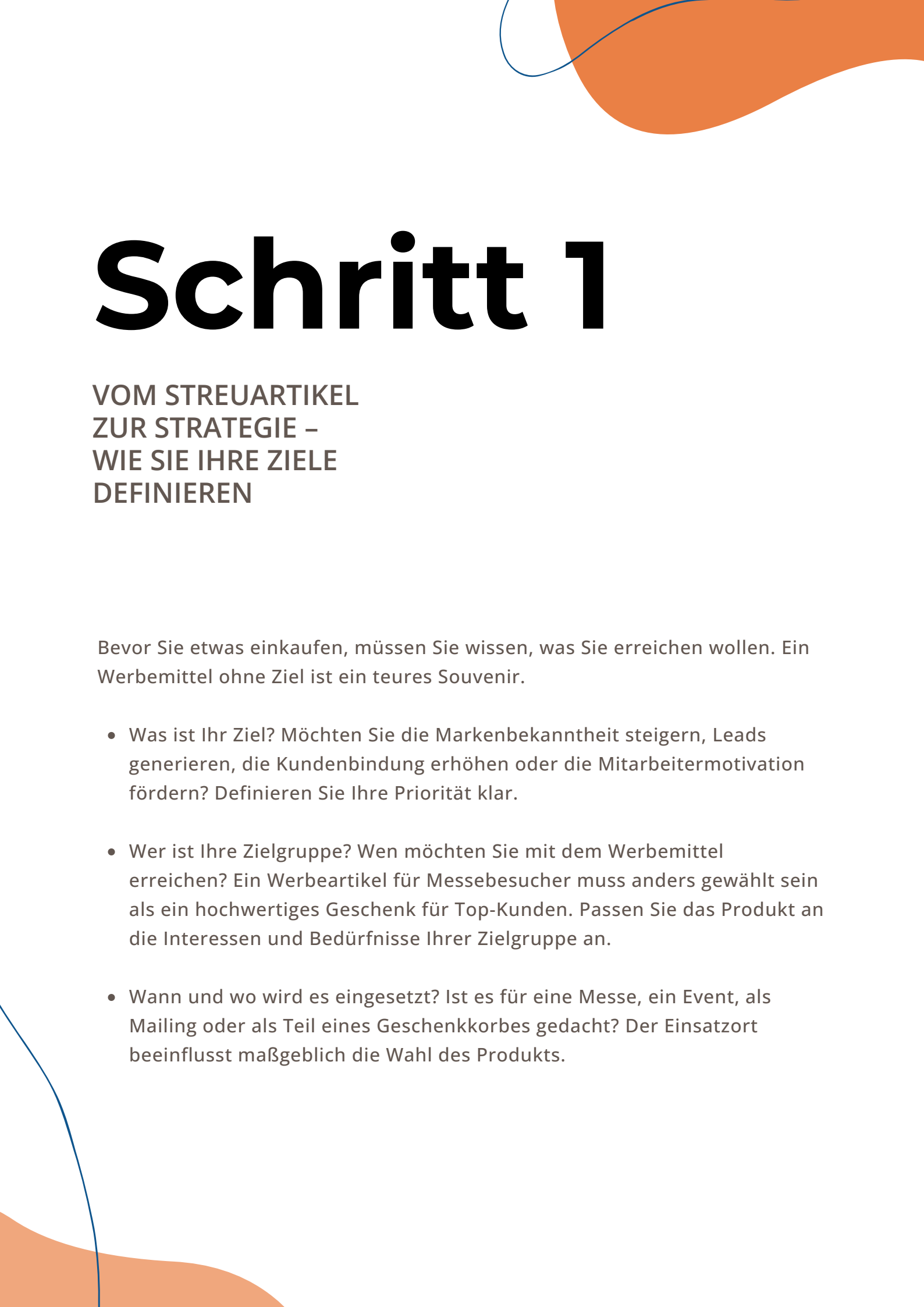
Werbemittel können so viel mehr sein als nur Kugelschreiber und Feuerzeuge. Sie sind ein mächtiges Werkzeug, um Ihre Marke zu stärken, Kunden zu begeistern und Ihre Marketingziele zu erreichen.

Doch oft werden sie unüberlegt eingekauft, was zu verschwendetem Budget und verpassten Chancen führt.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen, wie Sie in 7 einfachen Schritten den Einkauf von einem reinen Beschaffungsprozess in eine strategische Erfolgsformel verwandeln.

Liebe Grüße

**TIMO RÜDIGER**



# Schritt 1

## VOM STREUARTIKEL ZUR STRATEGIE – WIE SIE IHRE ZIELE DEFINIEREN

Bevor Sie etwas einkaufen, müssen Sie wissen, was Sie erreichen wollen. Ein Werbemittel ohne Ziel ist ein teures Souvenir.

- Was ist Ihr Ziel? Möchten Sie die Markenbekanntheit steigern, Leads generieren, die Kundenbindung erhöhen oder die Mitarbeitermotivation fördern? Definieren Sie Ihre Priorität klar.
- Wer ist Ihre Zielgruppe? Wen möchten Sie mit dem Werbemittel erreichen? Ein Werbeartikel für Messebesucher muss anders gewählt sein als ein hochwertiges Geschenk für Top-Kunden. Passen Sie das Produkt an die Interessen und Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe an.
- Wann und wo wird es eingesetzt? Ist es für eine Messe, ein Event, als Mailing oder als Teil eines Geschenkkorbes gedacht? Der Einsatzort beeinflusst maßgeblich die Wahl des Produkts.

# Schritt 2

## DER WEG ZUR PERFEKTEN AUSWAHL – WERBEMITTEL, DIE IHRE MARKE STÄRKEN

Werbemittel müssen Ihre Markenbotschaft und Ihre Werte widerspiegeln. Wählen Sie Produkte, die nicht nur nützlich, sondern auch aussagekräftig sind.

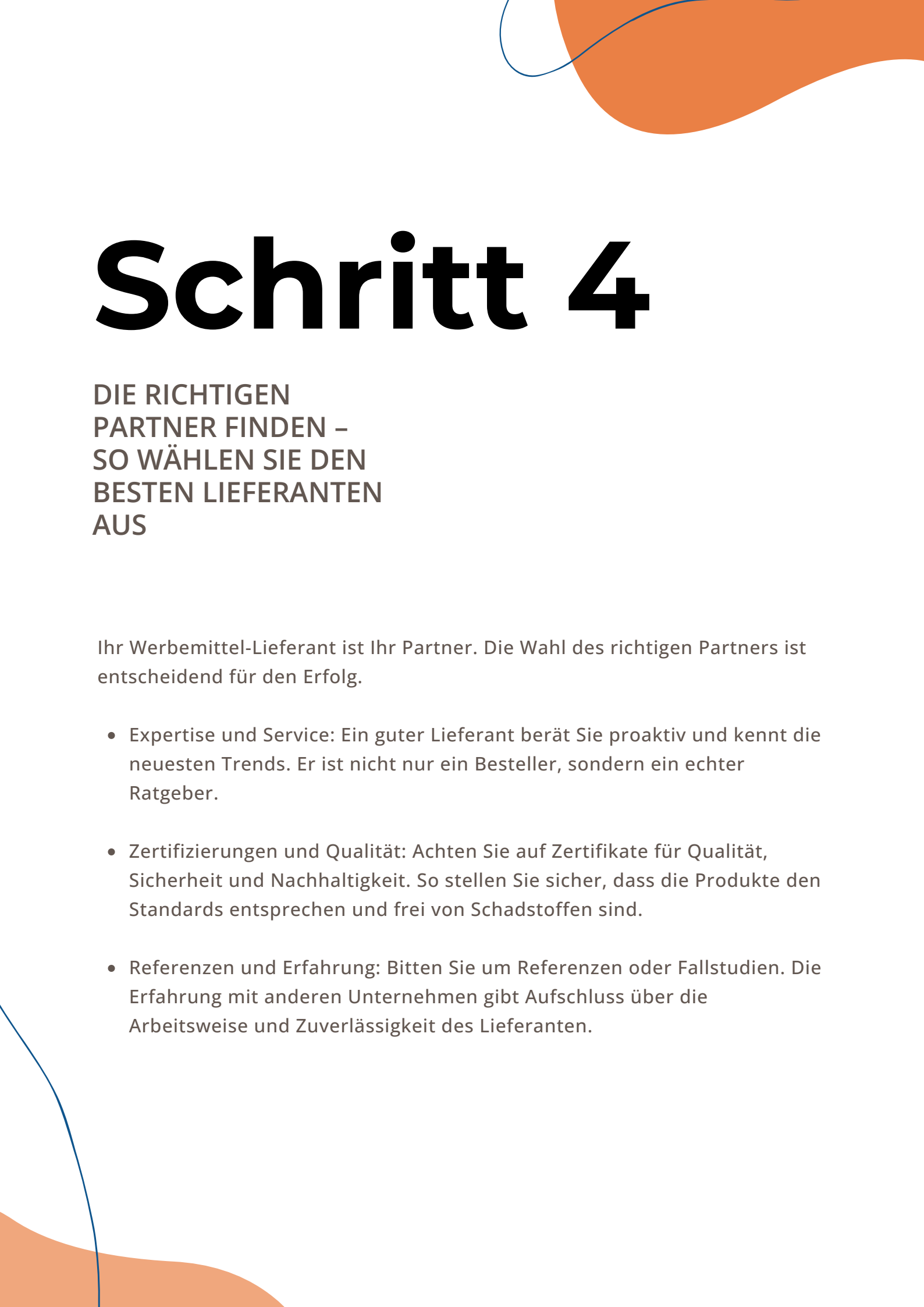
- Relevanz vor Masse: Ein kleines, aber nützliches Produkt, das im Alltag genutzt wird (z.B. ein hochwertiger USB-Stick), hat eine viel größere Werbewirkung als eine Tüte voller Ramsch.
- Qualität statt Quantität: Ein billiges Produkt, das schnell kaputtgeht, schädigt das Image Ihrer Marke. Ein langlebiges und qualitativ hochwertiges Werbemittel steht für Wertigkeit und Vertrauen.
- Innovativ und einzigartig: Denken Sie über den Tellerrand hinaus. Gibt es kreative, unkonventionelle Werbemittel, die positiv überraschen und im Gedächtnis bleiben?

# Schritt 3

## DAS BUDGET IM BLICK – WIE SIE KOSTENFALLEN VERMEIDEN

Ein strategischer Einkauf bedeutet nicht, das billigste Angebot zu nehmen, sondern das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu erzielen.

- Gesamtkosten betrachten: Berücksichtigen Sie neben dem Stückpreis auch Kosten für die Veredelung (Druck, Gravur), die Logistik, Lagerung und den Versand.
- Verhandlung ist alles: Verhandeln Sie nicht nur den Stückpreis, sondern auch Lieferzeiten, Zahlungsbedingungen und mögliche Nachlässe.
- Langfristig planen: Planen Sie Ihre Werbemittel-Bedürfnisse langfristig. Größere Mengen oder Sammelbestellungen können zu besseren Konditionen führen.



# Schritt 4

## DIE RICHTIGEN PARTNER FINDEN – SO WÄHLEN SIE DEN BESTEN LIEFERANTEN AUS

Ihr Werbemittel-Lieferant ist Ihr Partner. Die Wahl des richtigen Partners ist entscheidend für den Erfolg.

- Expertise und Service: Ein guter Lieferant berät Sie proaktiv und kennt die neuesten Trends. Er ist nicht nur ein Besteller, sondern ein echter Ratgeber.
- Zertifizierungen und Qualität: Achten Sie auf Zertifikate für Qualität, Sicherheit und Nachhaltigkeit. So stellen Sie sicher, dass die Produkte den Standards entsprechen und frei von Schadstoffen sind.
- Referenzen und Erfahrung: Bitten Sie um Referenzen oder Fallstudien. Die Erfahrung mit anderen Unternehmen gibt Aufschluss über die Arbeitsweise und Zuverlässigkeit des Lieferanten.

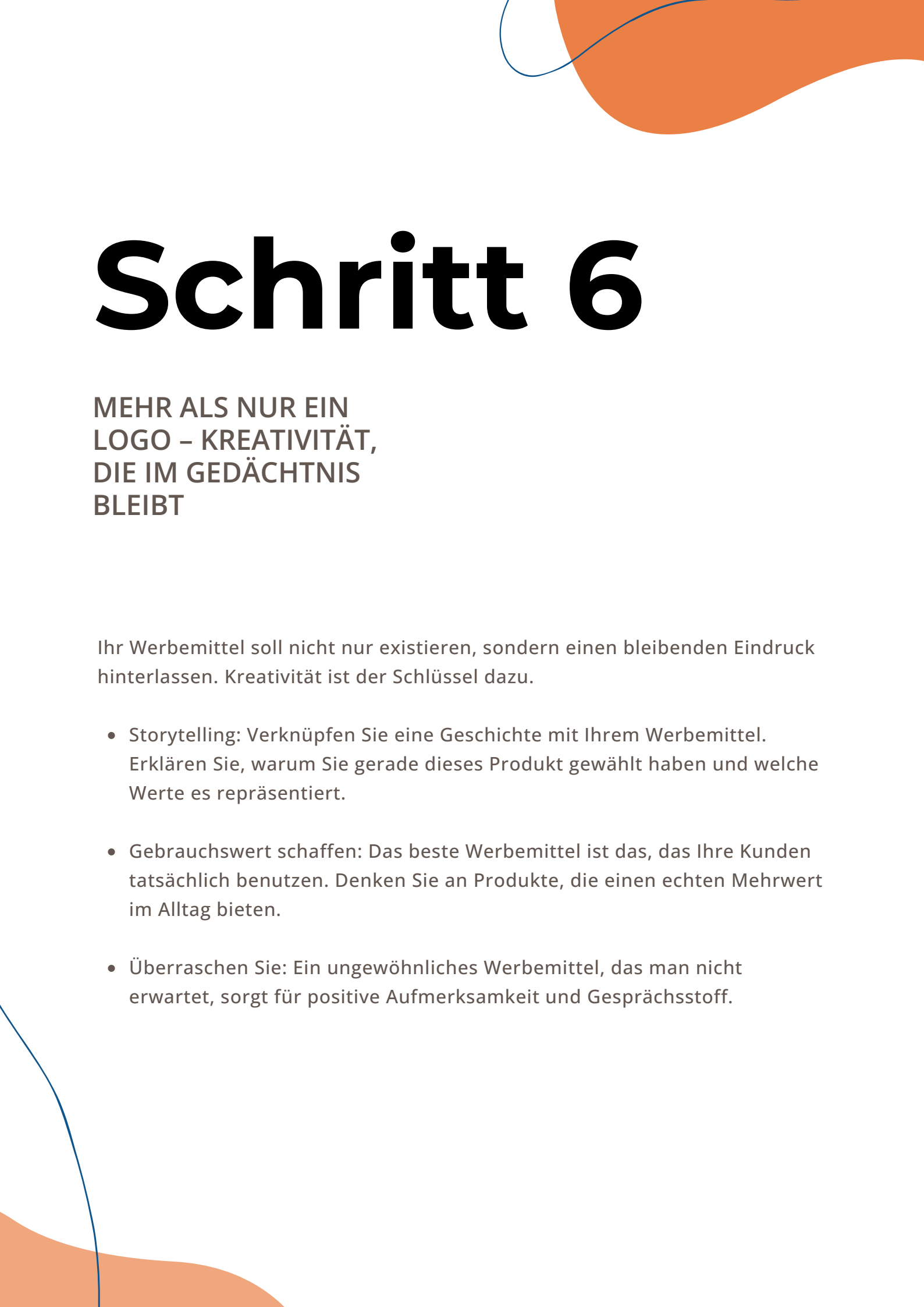


# Schritt 5

## NACHHALTIGKEIT ALS ERFOLGSFAKTOR – ÖKOLOGISCH UND ÖKONOMISCH SINNVOLL EINKAUFEN

Nachhaltige Werbemittel sind kein Trend, sondern eine Notwendigkeit. Sie stärken Ihr Image und erfüllen die steigenden Erwartungen von Kunden und Mitarbeitern.

- Materialien checken: Bevorzugen Sie Produkte aus recyceltem Material, nachwachsenden Rohstoffen oder zertifizierter Produktion (z.B. FSC-Holz).
- Langlebigkeit im Fokus: Ein langlebiges Produkt ist per Definition nachhaltiger, da es seltener ersetzt werden muss.
- Soziale Verantwortung: Achten Sie auf faire Produktionsbedingungen und Zertifizierungen (z.B. faire Arbeitsbedingungen), um Ihre Unternehmenswerte zu leben.



# Schritt 6

MEHR ALS NUR EIN  
LOGO – KREATIVITÄT,  
DIE IM GEDÄCHTNIS  
BLEIBT

Ihr Werbemittel soll nicht nur existieren, sondern einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Kreativität ist der Schlüssel dazu.

- Storytelling: Verknüpfen Sie eine Geschichte mit Ihrem Werbemittel. Erklären Sie, warum Sie gerade dieses Produkt gewählt haben und welche Werte es repräsentiert.
- Gebrauchswert schaffen: Das beste Werbemittel ist das, das Ihre Kunden tatsächlich benutzen. Denken Sie an Produkte, die einen echten Mehrwert im Alltag bieten.
- Überraschen Sie: Ein ungewöhnliches Werbemittel, das man nicht erwartet, sorgt für positive Aufmerksamkeit und Gesprächsstoff.

# Schritt 7

## ERFOLGSMESSUNG – WIE SIE DEN ROI IHRER WERBEMITTEL BERECHNEN

Um den Wert Ihrer Werbemittel zu belegen, müssen Sie den Erfolg messen.

- Qualitative Faktoren: Sammeln Sie Feedback von Kunden und Mitarbeitern. Hat das Produkt gefallen? Hat es die gewünschte Botschaft vermittelt?
- Quantitative Faktoren: Nutzen Sie QR-Codes oder spezielle Landingpages, um die Nutzung zu verfolgen und Conversions zu messen.
- Vergleichen und lernen: Analysieren Sie, welche Werbemittel am besten funktioniert haben, und passen Sie Ihre Strategie für zukünftige Kampagnen an.

IHR NÄCHSTER SCHRITT

**Sie wollen noch mehr  
Wirkung aus Ihren  
Werbemitteln herausholen?  
Dann sichern Sie sich jetzt ein  
kostenloses  
Strategiegespräch mit mir!**



Werbemittel sind nur dann effektiv, wenn sie zielgerichtet,  
messbar und strategisch eingesetzt werden.

**JETZT KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH BUCHEN**

[WWW.MR-WERBEMITTEL.DE](http://WWW.MR-WERBEMITTEL.DE)