



EINKAUFSTÜTEN SIND ECHTE UMSATZMOTOREN

DIES BESTÄTIGEN AUCH DIE ZAHLEN DES ZENTRALVERBANDES DES BÄCKERHANDWERKS.

Machen Sie einen Test in Ihrer Fußgängerzone! Während Sie noch bis 5 zählen, hat längst ein Passant die Werbung auf ihrer mitgeführten Tüte erblickt. Das beweist die aktuelle Studie des IPV „Tütenanalyse“, in der 66 % aller Testpersonen innerhalb von 5 Sekunden hinsahen. Die sogenannten „Ikonen des Alltags“ wirken absolut sympathisch, die Testpersonen stimmten überein, dass hier aufgebrachte Werbung besonders glaubhaft „rüber kommt“.

Jeder 5., der eine Tüte im Vorbeigehen sieht, nimmt sich vor, das werbende Geschäft aufzusuchen. Mehr als die Hälfte aller, in der IPV Studie Befragten finden, dass gut gestaltete Tüten Unternehmen sympathisch machen. Verstärkt wird die Wirkung noch, wenn die Tüten gefüllt sind. Vor dem Füllen erhöht die angebotene Tüte außerdem die Kundenzufriedenheit mit dem Kaufvorgang an sich. Tüten runden – laut Aussage der Befragten – das Käuferlebnis ab. **72 % der Befragten nutzen die Tragetaschen mehrfach**, fast die Hälfte sogar bis zu fünfmal. Die Studie „Tütenanalyse“ des IPV, Frankfurt zeigt mit diesen und weiteren, bei Ihrem Berater einzusehenden Informationen, wie effektiv Werbung auf Tüten und Tragetaschen ist. Auf welches Werbemedium haben Sie schon so viele Lobeshymnen gehört? Wenn das kein Grund ist, Ihre Information auf der Tüte noch mal genau zu betrachten und die Möglichkeiten zu hinterfragen...

