

# Aufgebrezelte Umsätze

## Einzelhändler setzen zum Saisonstart auf Oktoberfest-Give-away

Nichts ist verlockender als ein Geschenk! „Give-aways sind deshalb zum Saisonauftakt im Gegensatz zu Rabatten ideal, um Kaufimpulse gezielt zu setzen“, weiß Christoph Hutter, erfahrener Marketingexperte und geschäftsführender Gesellschafter der Werbeagentur Hutter & Unger. Jedoch gibt er zu bedenken, dass so genannte „Komm-und-Hol-Aktionen“ keine Selbstläufer seien. Give-aways und Werbestrategien müssen professionell abgestimmt sein.



### JETZT BESTELLEN!

Limitierte Oktoberfesttasche als Give-away für Ihre Kunden

z. B. **300 Stück: 5,60 € / Stück\***  
weitere Staffelpreise auf Anfrage

Ideal dazu:  
Passendes Oktoberfestevent mit Mailing

**Rufen Sie uns an:**  
**+49 (0)8272 99 40-0**

\*Bei gleichzeitiger Buchung eines Direktmailings, das mit weiteren Kosten verbunden ist. Nur solange der Vorrat reicht. Alle Preise zzgl. MwSt. und Versandkosten. Es gelten ausschließlich die Allgemeinen Vertragsbedingungen der Hutter & Unger GmbH Werbeagentur (Stand: 01.02.2006). Sie finden diese Bedingungen auch unter [www.hutter-unger.de](http://www.hutter-unger.de) >Impressum>AGB.



#### CHRISTOPH HUTTER

Geschäftsführender Gesellschafter der Agentur Hutter & Unger

„Brezeln, Lebkuchenherzen, Bier, ... holen auch Sie den Charme der Münchner Wiesn zum Saisonauftakt in Ihre Stadt. Unser Tipp: Verschenken Sie diese exklusiv gefertigte Oktoberfesttasche und sorgen Sie mit einem passenden Mailing bei Ihren Stammkunden für maximale Frequenz. Gerne beraten wir Sie individuell.“



Die Namen der Mailingempfänger können kreativ und aufmerksamkeitsstark in die Karte integriert werden. (Postkarte Standard Maxi)

strategisch  
mehr wert

hutter & unger

Hutter & Unger GmbH  
Werbeagentur  
Gewerbestr. 2c  
86637 Wertingen  
Deutschland

aus Deutschland:  
Freecall: 0800 9372324  
Freefax: 0800 9372322

aus dem Ausland:  
Tel.: +49 8272 9940-0  
Fax: +49 8272 9940-10

info@hutter-unger.de  
www.hutter-unger.de

w e r b e a g e n t u r

BTE KompetenzPartner  
Erfolg für den Modehandel

#### Schenken braucht Strategie

Wenn es um die Zugabe von hochwertigen Give-aways geht, empfiehlt der Experte: „Koppeln Sie das Geschenk an einen Einkaufswert. Denn so können Sie sowohl Ihre Frequenz als auch Ihre Umsätze steigern.“ Die Definition der Einkaufsbindung sei dabei nicht zu unterschätzen, denn Christoph Hutter weiß: „Mit einem individuell austarieren Einkaufswert haben Sie als Händler die Möglichkeit, Ihre Kunden nicht nur zum Kauf, sondern zum Mehrkauf zu animieren und Ihren Durchschnittsbonus zu steigern.“ Dabei spiele auch die Balance zwischen tatsächlichem und gefühltem Wert des Geschenks eine Rolle. „Angenommen Sie verschenken ab einem Einkauf von 50 Euro ein Give-away, für das Sie nur 5 Euro bezahlt haben, dann gewähren Sie Ihren Kunden einen Nachlass von ‚nur‘ 10 Prozent. Wenn das Give-away optisch aber hochwertiger wirkt, ist der Anreiz für Ihre Kunden um ein Vielfaches höher“, so der Tipp des Profis.



Oktoberfest in Kombination mit Late-Night-Shopping. Ideal für Händler, die sich bei City-Initiativen individuell vom Wettbewerb abheben möchten. (Selfmailer)

