MARKSENSE

KLARHEIT. WIRKUNG. ENTSCHEIDUNG.

WHITEPAPER

Warum Werbeartikel häufig wirken – aber trotzdem ihre kommunikative Wirkung verfehlen

Ein Perspektivwechsel
für Unternehmen,
die haptische Kommunikation
bewusster einsetzen möchten.

VERSION 1.0

www.marksense.de

VORWORT

Die entscheidende Frage wird selten gestellt.



Werbeartikel gehören in vielen Unternehmen zum Alltag.
Sie werden bestellt, verteilt und eingesetzt – oft routiniert und mit großem organisatorischem Aufwand.

Dabei steckt in ihnen ein enormes Potenzial für Kommunikation, Beziehung und Wirkung.

Doch in der Praxis beobachten wir immer wieder dasselbe Muster:
Es wird intensiv über Produkte gesprochen.
Über Qualität, Nachhaltigkeit, Preis, Lieferzeit und Gestaltung.

Nur selten jedoch über die Frage, die allen anderen Entscheidungen vorausgehen sollte:

Welche Wirkung soll dieser Werbeartikel eigentlich erzielen?

Genau dieser Frage widmet sich dieses Whitepaper.

Es geht nicht um Produkte.
Es geht nicht um Rankings.
Es geht nicht um Verkauf.

Es geht um einen Perspektivwechsel,
der entscheidend dazu beitragen kann,
haptische Kommunikation bewusster,
wirksamer und zielgerichteter einzusetzen.

> **Die wichtigste Entscheidung über einen Werbeartikel beginnt nicht mit dem Werbeartikel.**
>
> ***Sie beginnt mit der gewünschten Wirkung.***

AUF EINEN BLICK

Zwei Denkweisen.
Zwei unterschiedliche Ergebnisse.

In den meisten Unternehmen beginnt die Entscheidung über einen Werbeartikel mit dem Produkt.
Wir schlagen einen Perspektivwechsel vor: Starten wir mit der gewünschten Wirkung.

HEUTE: PRODUKTORIENTIERTES DENKEN



1 Anlass
Ein Anlass entsteht.

2 Produkt
Ein Produkt wird gesucht.

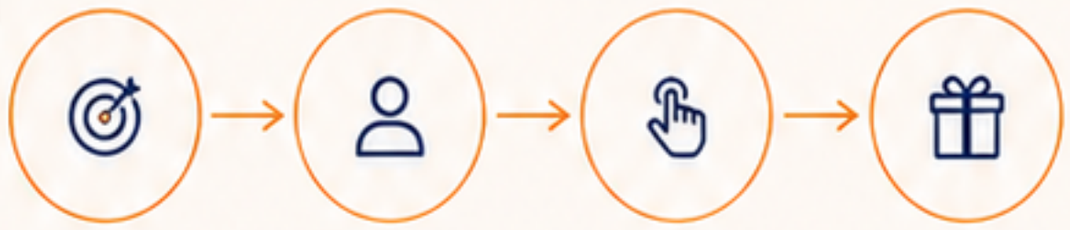
3 Budget
Das Budget wird abgestimmt.

4 Bestellung
Der Artikel wird bestellt.

Der Fokus liegt auf dem Produkt.
Die Wirkung bleibt oft unbeachtet.

VS.

MARKSENSE: WIRKUNGSORIENTIERTES DENKEN



1 Wirkung
Welche Wirkung wollen wir erzielen?

2 Kommunikationsziel
Wir definieren das kommunikative Ziel.

3 Haptische Kommunikation
Wir wählen die passende Form der haptischen Kommunikation.

4 Produktauswahl
Wir wählen das Produkt, das die Wirkung unterstützt.

Der Fokus liegt auf der Wirkung.
Das Ergebnis ist klarer, zielgerichteter und wirksamer.

Der Perspektivwechsel verändert alles.

Wenn wir mit der gewünschten Wirkung beginnen,
ändern sich die Fragen, die wir stellen.
Und damit verändern sich auch die Entscheidungen,
die wir treffen.

Nicht der Werbeartikel steht am Anfang.
Sondern die Wirkung, die wir erreichen wollen.

> **Klarheit über die gewünschte Wirkung ist der erste Schritt zu wirksamer haptischer Kommunikation.**

Nur was wir klar formulieren,
können wir auch bewusst erreichen.
Und nur was wir bewusst erreichen,
schafft echten kommunikativen Mehrwert.

01

Werbeartikel sind selbstverständlich geworden.

Kaum ein Unternehmen verzichtet heute vollständig auf Werbeartikel.
Sie schaffen Aufmerksamkeit auf Veranstaltungen, begleiten Vertriebsaktivitäten, stärken Kundenbeziehungen oder heißen neue Mitarbeitende willkommen.

Sie transportieren Marken, schaffen Erinnerungen, drücken Wertschätzung aus und machen Unternehmen sichtbar.

Gerade weil Werbeartikel so selbstverständlich geworden sind, entstehen viele Entscheidungen beinahe automatisch.
Aus organisatorischer Sicht funktioniert dieser Ablauf häufig sehr gut.

Doch genau darin liegt eine Besonderheit.

KERNAUSSAGE

Routine sorgt für Geschwindigkeit.

Doch Routine führt auch dazu, dass grundlegende Fragen seltener gestellt werden.

DER BLINDE FLECK

In den meisten Unternehmen beginnt die Diskussion mit der Produktauswahl.
Die eigentliche Entscheidung – die gewünschte Wirkung – **bleibt häufig unsichtbar.**

HEUTE: PRODUKTORIENTIERTES DENKEN

1 **Anlass** – Ein Anlass entsteht.
2 **Produkt** – Ein Produkt wird gesucht.
3 **Budget** – Das Budget wird abgestimmt.
4 **Bestellung** – Der Artikel wird bestellt.

Der Fokus liegt auf dem Produkt.
Die Wirkung bleibt oft unbeachtet.

? BLINDER FLECK

MARKSENSE: WIRKUNGSORIENTIERTES DENKEN

1 **Wirkung** – Welche Wirkung wollen wir erzielen?
2 **Kommunikationsziel** – Wir definieren das kommunikative Ziel.
3 **Haptische Kommunikation** – Wir wählen die passende Form der haptischen Kommunikation.
4 **Produktauswahl** – Wir wählen das Produkt, das die Wirkung optimal unterstützt.

Der Fokus liegt auf der Wirkung.
Das Ergebnis ist klarer, zielgerichteter und wirksamer.

Wenn wir die gewünschte Wirkung nie ausdrücklich beschreiben, können wir später kaum beurteilen, ob sie tatsächlich erreicht wurde.

02

Die eigentliche Entscheidung bleibt häufig unsichtbar.

Bevor wir beurteilen können, welcher Werbeartikel geeignet ist, müssten wir zunächst eine andere Frage beantworten:

Welche Wirkung möchten wir überhaupt erreichen?

Je nach Antwort kann dieselbe Produktauswahl sinnvoll sein.
Oder eben nicht.

Die kommunikative Wirkung entsteht nicht automatisch durch den Werbeartikel.

Sie entsteht durch die Absicht, mit der dieser Werbeartikel eingesetzt wird.

DER BLINDE FLECK

Kommunikationsziel

Die wichtigste Frage wird selten gestellt. Dadurch bleibt sie auch unbeantwortet.

Produkt

Das Ergebnis: Die Wirkung bleibt dem Zufall überlassen.

EIN PERSPEKTIVWECHSEL

Nicht mehr das Produkt steht am Anfang. Sondern das Kommunikationsziel.
Erst dann wird die passende haptische Kommunikation ausgewählt.

BISHER: PRODUKTORIENTIERTES DENKEN

1 Anlass → 2 Produkt → 3 Budget → 4 Bestellung

Der Fokus liegt auf dem Produkt.
Die Wirkung bleibt oft unbeachtet.

VS.

NEU: WIRKUNGSORIENTIERTES DENKEN

1 Wirkung → 2 Kommunikationsziel → 3 Haptische Kommunikation → 4 Produktauswahl

Der Fokus liegt auf der Wirkung.
Das Ergebnis ist klarer, zielgerichteter und wirksamer.

Ein Perspektivwechsel verändert die Reihenfolge der Entscheidung.
Und damit die Qualität der Wirkung.

03

Ein Perspektivwechsel verändert alles.

Solange wir aus Produktperspektive denken, bleiben viele Möglichkeiten unbemerkt.
Wir vergleichen Produkte, diskutieren Details und treffen Entscheidungen – aber die entscheidende Frage bleibt im Hintergrund.

Welche Wirkung möchten wir eigentlich erzielen?

Der Perspektivwechsel beginnt genau hier.
Er stellt die Wirkung in den Mittelpunkt der Entscheidung.

Er macht die Kommunikation bewusster.
Er macht die Auswahl zielgerichteter.
Er macht die Wirkung messbar.

Nicht der Werbeartikel steht zuerst.
Sondern das Ziel, das wir mit ihm erreichen wollen.

> **Wer die gewünschte Wirkung kennt, wählt bewusster. Und kommuniziert wirksamer.**



DER PERSPEKTIVWECHSEL IM ÜBERBLICK

PRODUKTDENKEN
Der gewohnte Weg

1. **Produkt**
   Wir schauen, was es gibt.
2. **Budget**
   Wir prüfen, was möglich ist.
3. **Gestaltung**
   Wir passen es an.
4. **Bestellung**
   Wir lösen aus.

Der Fokus liegt auf dem Produkt.
Die Wirkung bleibt offen.

VS.

WIRKUNGSDENKEN
Der wirksamere Weg

1. **Wirkung**
   Wir definieren, was wir erreichen wollen.
2. **Kommunikationsziel**
   Wir leiten das kommunikative Ziel ab.
3. **Haptische Kommunikation**
   Wir wählen die passende Form.
4. **Produktauswahl**
   Wir wählen das, was unsere Wirkung optimal unterstützt.

Der Fokus liegt auf der Wirkung.
Das Ergebnis ist klar, zielgerichtet und wirksamer.

Klarheit über die Wirkung ist der erste Schritt zu wirksamer haptischer Kommunikation.

04

Warum Unternehmen trotz bester Absichten oft am Ziel vorbeikommunizieren.

Viele Unternehmen investieren Zeit, Budget und Kreativität in Werbeartikel – und sind dennoch nicht zufrieden mit der Wirkung.

Das hat selten mit dem Produkt selbst zu tun.

Die Gründe liegen tiefer.

> Gute Absicht ist ein guter Anfang. Bewusste Wirkung ist das Ziel.



DIE HÄUFIGSTEN GRÜNDE

Unsere Erfahrung zeigt: In der Praxis lassen sich vier zentrale Ursachen beobachten.
Sie führen dazu, dass die kommunikative Wirkung häufig ausbleibt.



1

Unklare Zielsetzung

Es wird nicht klar definiert, welche Wirkung erzielt werden soll. Damit fehlt die Grundlage für jede weitere Entscheidung.



2

Gewohnheiten statt Strategie

Bewährte Produkte werden immer wieder eingesetzt – weil sie vertraut sind, nicht weil sie passen.



3

Fokus auf Details statt auf Wirkung

Diskutiert wird über Farbe, Material und Druck – nicht über das, was beim Empfänger ankommen soll.



4

Keine Erfolgskontrolle

Es wird nicht überprüft, ob die eingesetzten Werbeartikel die gewünschte Wirkung tatsächlich erzielen.



Die Lösung beginnt nicht mit neuen Produkten.
Sie beginnt mit einer neuen Frage.
Und mit einem bewussten Perspektivwechsel.



05

Die Folgen: Wenn Wirkung nicht im Mittelpunkt steht.

Werbeartikel werden bestellt.

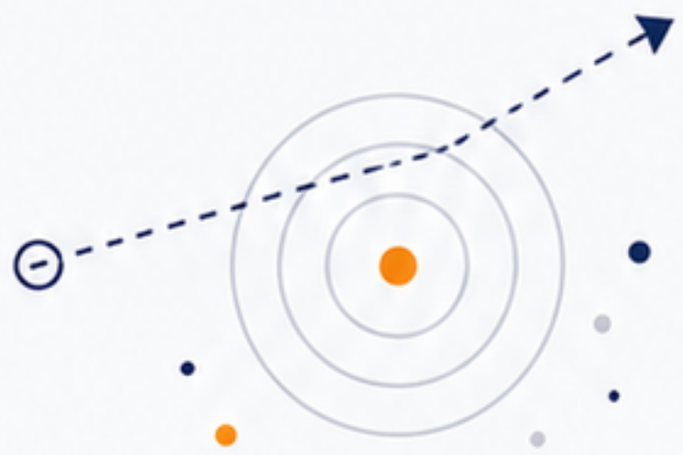
Sie werden verteilt.

Und sie erfüllen ihren Zweck – nur nicht den beabsichtigten.

Das hat Konsequenzen.

Für Kommunikation. Für Marken. Für Ergebnisse.

> Kommunikation ohne Wirkungsorientierung ist wie ein Pfeil ohne Ziel. Er fliegt – aber er trifft nichts, was zählt.



DIE KONKRETEN AUSWIRKUNGEN

Fehlt die Klarheit über die gewünschte Wirkung, entstehen messbare Nachteile.
Vier Beispiele aus der Praxis:

1 Ineffizienter Mitteleinsatz

Budget wird ausgegeben – aber ohne klare Wirkung. Geld, Zeit und Ressourcen werden nicht optimal genutzt.

2 Schwache Kommunikation

Die Botschaft bleibt diffus. Der Werbeartikel unterstützt keine klare, verständliche Kommunikation.

3 Geringe Wirkung beim Empfänger

Der Artikel wird kaum beachtet, selten genutzt und schnell vergessen. Die gewünschte Wirkung entsteht nicht.

4 Keine messbaren Ergebnisse

Ohne klare Zielsetzung gibt es keine belastbaren Ergebnisse. Und damit auch keine Lernkurve für die Zukunft.

Ohne Wirkungsorientierung bleibt der Werbeartikel ein Zufallsprodukt.
Mit Wirkungsorientierung wird er zum gezielten Kommunikationsinstrument.

06

Wirkungsorientierung schafft Klarheit und bessere Entscheidungen.

Wenn klar ist, welche Wirkung erreicht werden soll,
fallen alle weiteren Entscheidungen leichter.

Das Kommunikationsziel gibt die Richtung vor.
Der Werbeartikel wird zum passenden Werkzeug.

Das Ergebnis: weniger Streuverluste,
höhere Relevanz und eine Kommunikation,
die in Erinnerung bleibt.

Kurz: Mehr Wirkung mit weniger Aufwand.

“

Klare Ziele.
Passende Maßnahmen.
Messbare Wirkung.

So wird aus einem
Werbeartikel ein
Kommunikationsinstrument.



DER UNTERSCHIED IN DER PRAXIS

Zwei unterschiedliche Herangehensweisen – zwei sehr unterschiedliche Ergebnisse.

OHNE WIRKUNGSORIENTIERUNG

Entscheidung nach Produkt und Preis.
Der Fokus liegt auf dem Artikel.

Beliebige Verteilung.
Die Zielgruppe wird nicht gezielt angesprochen.

Keine klare Erfolgsmessung.
Die Wirkung bleibt unklar und nicht bewertbar.

Zufällige Wirkung.
Ergebnisse sind nicht planbar und schwanken stark.

VS.

MIT WIRKUNGSORIENTIERUNG

Entscheidung nach Wirkung und Ziel.
Der Fokus liegt auf dem Kommunikationsziel.

Gezielte Ansprache.
Die Botschaft erreicht die richtige Zielgruppe.

Klare Erfolgsmessung.
Die Wirkung wird sichtbar und bewertbar.

Gezielte Wirkung.
Ergebnisse sind planbar, messbar und reproduzierbar.

Wirkungsorientierung macht den Unterschied.

Für Unternehmen. Für Marken. Für nachhaltige Kommunikation.

07

Wirkungsorientierung verbindet Strategie und Kommunikation.

Haptische Kommunikation ist kein Selbstzweck.
Sie ist ein Teil der Unternehmenskommunikation.
Und sie ist ein Teil der Unternehmensstrategie.

Nur wenn sie mit der übergeordneten Strategie verbunden ist,
entfaltet sie ihre volle Wirkung.

Der Werbeartikel wird dann nicht zum Fremdkörper.
Sondern zum sichtbaren Ausdruck dessen,
wofür ein Unternehmen steht.

Kurz: Strategie gibt die Richtung vor. Kommunikation macht sie erlebbar.

> Strategie ohne Kommunikation bleibt unsichtbar.
> Kommunikation ohne Strategie bleibt wirkungslos.
> Erst gemeinsam erzeugen sie echte Wirkung.



DIE VORTEILE DER VERBINDUNG

Wenn Strategie und haptische Kommunikation zusammen gedacht werden, entstehen nachhaltige Vorteile:

1

Klare Ausrichtung

Der Werbeartikel unterstützt messbar die strategischen Ziele des Unternehmens.

2

Stärkere Markenwirkung

Jede haptische Botschaft macht die Marke erlebbar und unverwechselbar.

3

Höhere Relevanz

Die Zielgruppe erlebt Botschaften, die zu ihren Bedürfnissen und Werten passen.

4

Bessere Ergebnisse

Gezielte Kommunikation führt zu mehr Resonanz, Erinnerung und Handlung.

5

Nachhaltige Wirkung

Die Botschaft bleibt im Gedächtnis – weil sie Sinn stiftet und berührt.

Wirkungsorientierung verbindet, was zusammengehört:
Strategie, Kommunikation und Menschen.
Damit aus Botschaften Bedeutung wird.

08

Marktsensibel handeln. Zukunft gestalten. Wettbewerbsvorteile sichern.

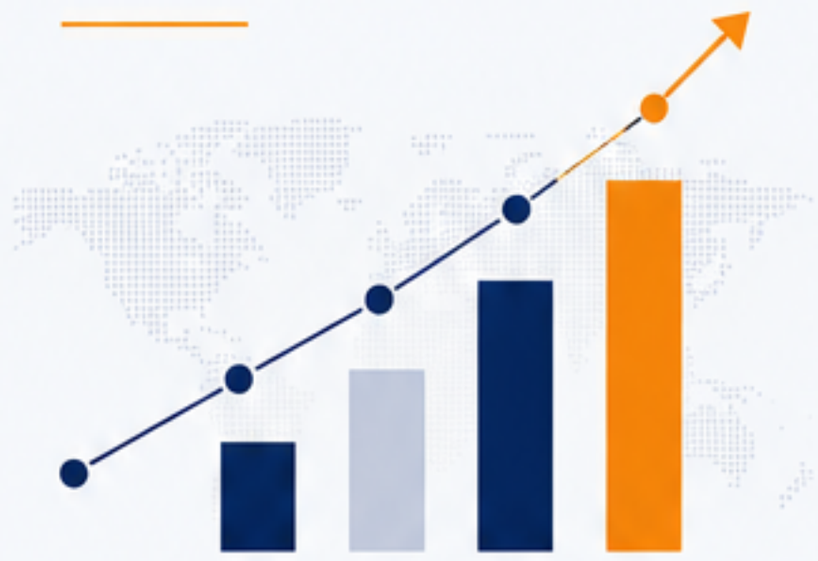
Unternehmen, die ihre Entscheidungen auf Marktsignale stützen, sind agiler, treffsicherer und erfolgreicher.

Marksense macht Märkte sichtbar – in Echtzeit und im Kontext. So können Sie schneller handeln, Risiken minimieren und Chancen gezielt nutzen.

Wir liefern die Informationen, die heute den Unterschied bilden – für bessere Entscheidungen von morgen.

Mehr Klarheit. Mehr Wirkung. Mehr Zukunft.
Mit Marksense.

> Wer Märkte versteht,
> agiert besser.
> Wer besser agiert,
> hat die Nase vorn.



IHRE VORTEILE MIT MARKSENSE

1 Bessere Entscheidungen

Treffen Sie fundierte Entscheidungen auf Basis aktueller Marktsignale und relevanter Insights.

2 Wettbewerbsvorteile

Erkennen Sie Chancen früher und reagieren Sie schneller als Ihre Mitbewerber.

3 Risikominimierung

Identifizieren Sie Risiken rechtzeitig und steuern Sie proaktiv gegenüber Unsicherheiten.

4 Effizientere Prozesse

Sparen Sie Zeit, optimieren Sie Abläufe und fokussieren Sie sich auf das Wesentliche.

5 Nachhaltiger Erfolg

Strategisch planen, trends erkennen und langfristig erfolgreicher im Markt agieren.

Marktsignale heute. Entscheidungen morgen.
Marksense für Unternehmen, die den Unterschied machen.

09

Haptische Kommunikation bewusst einsetzen. Botschaften erlebbar machen. Menschen erreichen.

Haptische Kommunikation spricht mehr als einen Sinn an.
Sie schafft emotionale Verbindungen.
Sie bleibt im Gedächtnis – weil sie erlebt wird.

Marksense hilft Ihnen, diese Kraft gezielt zu nutzen.
Mit der richtigen Botschaft. Im richtigen Moment.
Für die richtigen Menschen.

So wird aus einem Werbeartikel ein wirksames Erlebnis.

> Menschen vergessen,
> was sie hören.
> Menschen vergessen,
> was sie sehen.
> Aber Menschen vergessen
> nicht, was sie fühlen.



DER MARKSENSE-DENKPROZESS

Der Kommunikations-Kompass von Marksense führt Sie in fünf klaren Schritten zu mehr Klarheit und Wirkung.

1 Verstehen

Wir hören zu und verstehen Ihre Situation, Ziele und Herausforderungen. Die Grundlage für alle weiteren Schritte.

2 Einordnen

Wir analysieren Ihre Kommunikation und Marktposition. So erkennen wir Potenziale und blinde Flecken.

3 Ziel definieren

Wir schärfen Ihre Botschaft und definieren das kommunikative Ziel. Klar, messbar und relevant.

4 Lösung entwickeln

Wir entwickeln die passende haptische Lösung – kreativ, strategisch und wirkungsvoll.

5 Wirkung erzielen

Wir begleiten die Umsetzung und messen die Wirkung. Damit Sie besser entscheiden – heute und in Zukunft.

Bewusst eingesetzte haptische Kommunikation schafft Verbindungen.
Sie stärkt Marken. Sie begeistert Menschen. Sie bewegt.
Marksense zeigt Ihnen den Weg.

10

Wirkungsorientierung ist kein Luxus. Sie ist ein Wettbewerbsvorteil in einer komplexen Welt.

Die Welt ist komplexer geworden.
Die Aufmerksamkeit ist knapper geworden.
Die Erwartungen sind höher geworden.

Unternehmen, die klar kommunizieren und gezielt wirken,
werden gehört, verstanden und bevorzugt.

Marksense unterstützt Sie dabei,
haptische Kommunikation strategisch zu nutzen
und echten Unterschied zu machen.

Für heute. Für morgen. Für Ihren Erfolg.

> In einer Welt voller Reize
> gewinnt nicht der,
> der am lautesten ist.
>
> Sondern der, der die
> richtige Botschaft
> im richtigen Moment
> die richtigen Menschen
> erreichen lässt.



WAS SIE MITNEHMEN KÖNNEN

Zehn Erkenntnisse für wirksamere Entscheidungen über haptische Kommunikation.

1 Wirkung vor Produkt

Entscheiden Sie zuerst, welche Wirkung Sie erreichen wollen – erst dann das Produkt.

2 Strategisch denken

Verknüpfen Sie haptische Kommunikation mit Ihren Zielen, Maßnahmen und Ihrer Strategie.

3 Zielgruppe verstehen

Verstehen Sie Ihre Zielgruppe, um die richtige Botschaft im richtigen Moment zu senden.

4 Emotionen nutzen

Haptik schafft emotionale Verbindungen – und Emotionen schaffen Erinnerung.

5 Wirkung messen

Messen Sie, was zählt – und nutzen Sie Erkenntnisse für bessere Entscheidungen.

6 Zukunft gestalten

Nachhaltig, bewusst und wirkungsorientiert kommunizieren – heute für morgen.

Wirkungsorientierung ist kein Zufall.
Sie ist eine Entscheidung.
Marksense ist Ihr Kompass dafür.



11

Wirkungsorientierung beginnt im Kopf und entscheidet im Handeln. Wirkung entsteht dazwischen.

Viele Entscheidungen über Werbeartikel werden schnell getroffen.
Oft aus Gewohnheit. Oft unter Zeitdruck. Oft ohne klare Richtung.

Doch die Wirkung lässt sich nicht beschleunigen.
Sie braucht Klarheit. Sie braucht Fokus. Sie braucht einen Plan.

Marksense bringt Struktur in den Prozess.
Wir verbinden Denken und Handeln.
Wir schaffen Klarheit – bevor Budgets ausgegeben werden.

So wird aus einer schnellen Entscheidung eine wirksame Entscheidung.

> Zwischen Absicht und Wirkung liegen viele Entscheidungen.
>
> Wirkungsorientierung sorgt dafür, dass jede einzelne die richtige ist.



DER WIRKUNGSORIENTIERTE ENTSCHEIDUNGSPROZESS

In sechs Schritten von der Absicht zur messbaren Wirkung.

1 Klarheit schaffen
Wir klären Ziele, Herausforderungen und Rahmenbedingungen.

2 Wirkungsziel definieren
Wir legen fest, welche Wirkung erreicht werden soll – bei wem und warum.

3 Zielgruppe verstehen
Wir analysieren Bedürfnisse, Erwartungen und Motivationen Ihrer Zielgruppe.

4 Lösung entwickeln
Wir entwickeln die passende haptische Botschaft und wählen das geeignete Instrument.

5 Umsetzung planen
Wir planen Einsatz, Timing, Stückzahlen und Integration in Ihre Kommunikation.

6 Wirkung messen
Wir überprüfen Ergebnisse, lernen daraus und optimieren kontinuierlich.

Wirkungsorientierung ist ein Prozess.
Kein Zufall. Kein Bauchgefühl. Sondern ein klarer Weg zu besseren Entscheidungen und besseren Ergebnissen.



12

Wirkungsorientierung macht Budgets wirksamer. Nicht größer, sondern gezielter. Nicht mehr, sondern besser.

Werbeartikelbudgets sind in vielen Unternehmen begrenzt.
Der Druck, mehr für weniger zu erreichen, ist hoch.
Doch mehr Budget löst nicht das Problem.
Die richtige Priorisierung und die richtige Auswahl lösen es.

Marksense hilft Ihnen, Budgets gezielt in Maßnahmen zu investieren,
die Ihre Ziele unterstützen und messbare Wirkung erzeugen.
So erzielen Sie mehr Wirkung pro Euro.

**Wirkungsorientierung ist der Schlüssel
zu gesunden Budgets und starken Ergebnissen.**

> Ein Euro mit Wirkung
> ist mehr wert
> als zehn Euro ohne Wirkung.



1 EURO
MIT WIRKUNG

10 EURO
OHNE WIRKUNG

SO WERDEN BUDGETS WIRKSAMER EINGESETZT

Sechs Prinzipien für mehr Wirkung pro eingesetztem Euro.

1 **Ziele definieren**

Klären Sie, was Sie erreichen wollen. Ohne Ziel keine richtige Investition.

2 **Wirkungspotenziale analysieren**

Erkennen Sie, welche Maßnahmen die größte Wirkung auf Ihre Ziele haben.

3 **Zielgruppe priorisieren**

Richten Sie Ihre Maßnahmen auf die Menschen, die wirklich entscheidend sind.

4 **Maßnahmen fokussieren**

Wählen Sie haptische Botschaften, die Ihre Ziele optimal unterstützen.

5 **Budgets gezielt verteilen**

Setzen Sie Budgets dort ein, wo sie den größten Einfluss erzielen.

6 **Ergebnisse messen**

Überprüfen Sie die Wirkung, lernen Sie daraus und optimieren Sie kontinuierlich.

Mehr Wirkung entsteht nicht durch mehr Budget.
Sondern durch bessere Entscheidungen.
Marksense macht Budgets wirksamer.

13

Wirkungsorientierung schafft Differenzierung. Differenzierung schafft Wettbewerbsvorteile. Wettbewerbsvorteile schaffen Zukunft.

Märkte werden voller. Angebote werden ähnlicher. Preise werden austauschbarer.
In diesem Umfeld entsteht der entscheidende Unterschied
nicht durch das Produkt allein.

Er entsteht durch die Art, wie Sie kommunizieren.
Durch die Botschaften, die Menschen erreichen.
Durch die Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben.

Marksense hilft Ihnen, diesen Unterschied bewusst zu gestalten
und dauerhaft im Markt zu verankern.

Wirkungsorientierung ist Ihre Strategie für eine starke Zukunft.

> In gesättigten Märkten
> gewinnt nicht der Anbieter
> mit dem lautesten Angebot.
>
> Sondern der mit der klarsten
> Botschaft und der größten Wirkung.



SECHS WETTBEWERBSVORTEILE DURCH WIRKUNGSORIENTIERUNG



1

Stärkere Markenpräsenz

Ihre Botschaften
bleiben im Kopf und
Ihre Marke im Gespräch.



2

Höhere Kundenbindung

Menschen erinnern sich an
positive Erlebnisse und
bleiben Ihnen verbunden.



3

Mehr Vertrauen

Klarheit, Konsistenz und
Relevanz bauen Vertrauen
auf und stärken Beziehungen.



4

Bessere Empfehlungen

Begeisterte Kunden sprechen
über Sie und empfehlen Sie
aktiv weiter.



5

Preisvorteile sichern

Wahrgenommene Qualität
und Wirkung rechtfertigen
Ihre Preise.



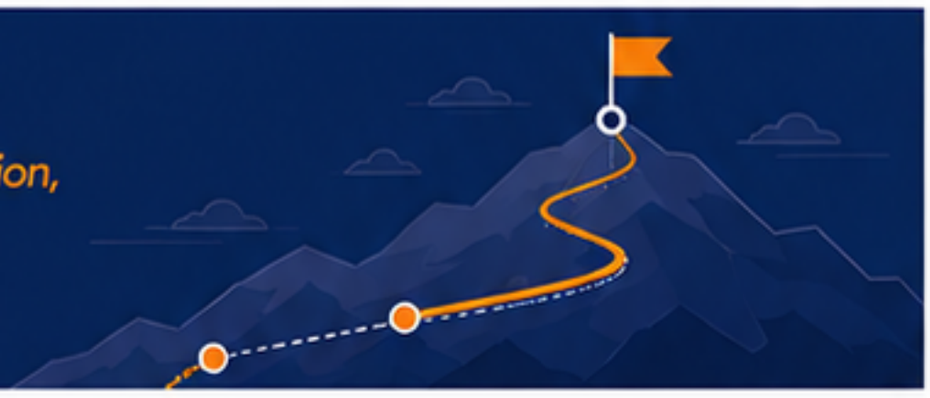
6

Zukunftsfähig bleiben

Anpassungsfähig, relevant
und wirkungsvoll – heute
und in Zukunft.



Wirkungsorientierung ist kein kurzfristiger Trend.
Sie ist der nachhaltige Weg zu klarer Kommunikation,
starken Beziehungen und langfristigem Erfolg.
Marksense ist Ihr Partner auf diesem Weg.



14

Wirkungsorientierung bringt Struktur in komplexe Entscheidungen. Struktur schafft Sicherheit. Sicherheit schafft bessere Entscheidungen.

Entscheidungen über Werbeartikel betrefen viele Bereiche.
Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Budgets, Timing, Lieferanten und mehr.
Ohne Struktur entsteht schnell Unsicherheit.
Ohne Klarheit entstehen lange Diskussionen und Kompromisse.

Wirkungsorientierung ordnet die relevanten Fragen.
Sie schafft Transparenz, Priorität und Fokus.
Sie verbindet Strategie, Kreativität und Umsetzung.

So wird aus Komplexität Klarheit –
und aus vielen Fragen eine gute Entscheidung.

> Komplexität ist nicht das Problem.
> Das Problem ist,
> wenn wir ohne Struktur
> versuchen, Komplexität zu lösen.

Struktur macht das
Komplizierte beherrschbar.
Und Entscheidungen besser.



OHNE STRUKTUR
KOMPLEX UND UNKLAR

MIT STRUKTUR
KLAR UND ZIELGERICHTET

SIEBEN BEREICHE, DIE JEDE ENTSCHEIDUNG STRUKTURIEREN SOLLTE

Die sieben zentralen Bereich, die Wirkungsorientierung in jede Entscheidung bringt.

1 Ziel
Was soll erreicht werden?
Klar definierte Ziele sind der Ausgangspunkt jeder Entscheidung.

2 Zielgruppe
Wen wollen wir erreichen?
Je besser wir die Zielgruppe verstehen, desto relevanter ist die Wirkung.

3 Botschaft
Was wollen wir sagen?
Eine klare Botschaft macht den Unterschied zwischen Beliebigkeit und Wirkung.

4 Mehrwert
Warum ist das für den Empfänger wertvoll?
Wahrgenommener Mehrwert schafft relevante Verbindungen.

5 Timing & Anlass
Wann ist der richtige Moment?
Der richtige Zeitpunkt verstärkt die Wirkung entscheidend.

6 Budget
Was steht zur Verfügung?
Ein klarer Rahmen sorgt für Fokus und verhindert Streuverluste.

7 Umsetzung
Wie wird es realisiert?
Qualität, Auswahl und Umsetzung entscheiden über die tatsächliche Wirkung.

Struktur ist kein Selbstzweck.
Sie ist der Weg zu Klarheit, Sicherheit und besseren Entscheidungen.
Wirkungsorientierung bringt Ordnung in Komplexität.
Marksense ist Ihr Kompass dafür.



15

Wirkungsorientierung macht Kommunikation zielgerichtet. Zielgerichtete Kommunikation macht Wirkung messbar.

Viele Kommunikationsmaßnahmen bleiben vage.
Sie werden umgesetzt, aber nicht überprüft.
Erfolg bleibt ein Gefühl – keine Erkenntnis.

Wirkungsorientierung definiert klare Ziele und Kennzahlen.
Sie macht Wirkung sichtbar, nachvollziehbar und bewertbar.
Sie ermöglicht Lernen und kontinuierliche Verbesserung.

Marksense unterstützt Sie dabei,
die richtigen Ziele zu definieren,
die passende Messung aufzusetzen
und aus Ergebnissen bessere Entscheidungen abzuleiten.

Messen ist nicht Kontrolle.
Messen ist der Weg zu mehr Wirkung.

> Was nicht gemessen wird,
> kann nicht verbessert werden.
>
> Was nicht verbessert wird,
> verliert an Wirkung.
>
> Wirkungsorientierung
> macht den Unterschied.



SECHS FAKTOREN FÜR MESSBARE WIRKUNG

Diese Faktoren helfen Ihnen, Wirkung systematisch zu messen und zu verbessern.



1 Klare Ziele
Definieren Sie konkrete Ziele, die messbar, relevant und zeitgebunden sind.

2 Relevante Kennzahlen
Wählen Sie Kennzahlen, die echte Wirkung zeigen – nicht nur Aktivität.

3 Passende Methoden
Setzen Sie geeignete Methoden ein, um Daten zuverlässig zu erfassen.

4 Regelmäßige Analyse
Analysieren Sie Daten regelmäßig und erkennen Sie Muster und Trends.

5 Lernen & Optimieren
Nutzen Sie Erkenntnisse, um Maßnahmen gezielt zu verbessern.

6 Kontinuierlicher Prozess
Messen Sie fortlaufend, passen Sie an und steigern Sie Ihre Wirkung stetig.

Wirkung, die man nicht messen kann,
kann man nicht verbessern.
Machen Sie Wirkung sichtbar.
Marksense zeigt Ihnen wie.



16

Wirkungsorientierung sichert nachhaltige Entscheidungen. Nachhaltige Entscheidungen sichern langfristige Wirkung. Nachhaltige Wirkung schafft echten Wert.

Nachhaltigkeit bedeutet mehr als Umweltbewusstsein.
Es geht um Relevanz, Beständigkeit und verantwortungsvolles Handeln.
Auch in der haptischen Kommunikation.

Werbeartikel mit Wirkung bleiben im Kopf, im Alltag und im Herzen.
Sie erzählen Ihre Werte. Sie stärken Vertrauen. Sie schaffen Verbindung.
Und sie wirken – heute, morgen und übermorgen.

Marksense hilft Ihnen, Entscheidungen zu treffen,
die ökologisch, ökonomisch und kommunikativ nachhaltig sind.
So entsteht Wirkung, die bleibt –
und Wert, der sich vervielfacht.

Nachhaltigkeit ist kein Trend.
Nachhaltigkeit ist Ihre Verantwortung. Und Ihre Chance.

> Nachhaltigkeit bedeutet,
> das Richtige zu tun.
> Nicht für einen Moment.
> Sondern für die Zukunft.
>
> Wirkungsorientierung macht
> Nachhaltigkeit messbar.
> Nachhaltigkeit macht
> Wirkung wertvoll.

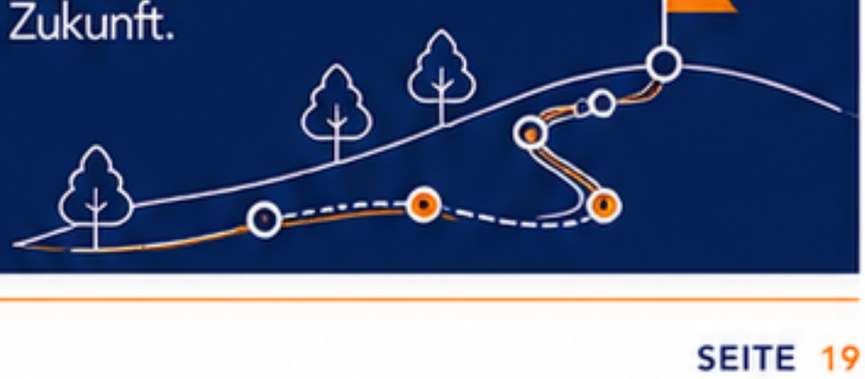


SECHS SCHRITTE ZUR NACHHALTIGEN WIRKUNG

Ein klarer Prozess, um Nachhaltigkeit in Ihre Entscheidungen zu integrieren.

1. **Werte & Ziele klären**
   Definieren Sie Ihre Werte und die Ziele, die Sie mit Ihrer Kommunikation erreichen möchten.
2. **Relevanz prüfen**
   Stellen Sie sicher, dass die Maßnahme zu Ihrer Zielgruppe und Ihren Zielen passt.
3. **Nachhaltige Auswahl treffen**
   Wählen Sie Produkte und Partner, die ökologisch, sozial und ökonomisch verantwortlich handeln.
4. **Wirkung planen**
   Planen Sie den Einsatz so, dass die gewünschte Wirkung maximal und die Ressourcen optimal genutzt werden.
5. **Wirkung messen**
   Messen Sie die Ergebnisse anhand klarer Kennzahlen und bewerten Sie die real erzielte Wirkung.
6. **Kontinuierlich verbessern**
   Lernen Sie aus den Ergebnissen und optimieren Sie Ihre Maßnahmen für noch mehr nachhaltige Wirkung.

Nachhaltige Entscheidungen sind Investitionen in die Zukunft.
Wirkungsorientierung macht sie messbar.
Marksense begleitet Sie auf diesem Weg.



17

Wirkungsorientierung stärkt Marken von innen heraus.

Starke Marken entstehen nicht durch Logos, sondern durch Wirkung.

Wirkung macht Marken stark.

Viele Marken kommunizieren, wer sie sind.
Die stärksten Marken zeigen, was sie bewirken.
Sie stehen für Werte, Erfahrungen und Vertrauen.
Sie bleiben im Kopf und im Herzen.

Werbeartikel können diesen Prozess unterstützen –
wenn sie strategisch und wirkungsorientiert eingesetzt werden.
Sie machen Marken erlebbar. Sie transportieren Werte.
Sie schaffen Berührungspunkte mit Bedeutung.

Marksense hilft Ihnen, Ihre Marke durch haptische Kommunikation zu stärken und erlebbar zu machen.

Eine starke Marke spricht nicht nur.
Sie wirkt – konsistent, glaubwürdig und nachhaltig.

> Menschen vergessen,
> was Sie gesagt haben.
> Menschen vergessen,
> was Sie getan haben.
> Aber Menschen vergessen nie,
> wie Sie sie haben fühlen lassen.
>
> – Maya Angelou



SIEBEN PRINZIPIEN FÜR WIRKUNGSSTARKE MARKEN

Diese Prinzipien machen Ihre Marke erlebbar und stärken ihre Wirkung.

1 Klare Markenidentität
Ein starkes Fundament aus Zweck, Vision, Werten und Positionierung.

2 Konsistente Kommunikation
Die Marke wird in allen Kanälen einheitlich und glaubwürdig kommuniziert.

3 Erlebbare Werte
Werte werden sichtbar, spürbar und durch Erlebnisse vermittelt.

4 Relevante Berührungspunkte
Jeder Kontaktpunkt mit Ihrer Marke hat Bedeutung und schafft Mehrwert.

5 Emotionale Verbindung
Ihre Marke berührt Menschen und schafft eine emotionale Bindung.

6 Nachhaltige Wirkung
Kurzfristige Effekte sind gut – langfristige Wirkung ist besser.

7 Marke als Versprechen
Ihre Marke steht für ein Versprechen, das eingehalten wird.

Wirkungsorientierung macht Ihre Marke unverwechselbar.
Sie wird gesehen, gefühlt und erinnert.
Marksense stärkt Ihre Marke – von innen nach außen.



18

Wirkungsorientierung schafft Vertrauen. Vertrauen schafft Beziehung. Beziehung schafft Wirkung.

Menschen kaufen keine Produkte.
Sie kaufen Lösungen. Sie kaufen Sicherheit.
Sie kaufen das gute Gefühl, die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

Vertrauen entsteht, wenn Sie verstehen, was Kunden wirklich brauchen.
Wenn Sie zeigen, dass Sie zuhören.
Wenn Sie die passende Lösung empfehlen – nicht die teuerste.

Werbeartikel können Vertrauen aufbauen –
wenn sie strategisch und wirkungsorientiert eingesetzt werden.
Sie zeigen Wertschätzung. Sie schaffen Nähe. Sie bleiben im Gedächtnis.

Vertrauen führt zu Beziehung.
Beziehung führt zu Loyalität.
Loyalität führt zu langfristigem Erfolg.

Wirkungsorientierung ist der Anfang dieser Kette.
Und der Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum.

> Vertrauen ist der Klebstoff des Lebens.
> Es ist das wichtigste Element
> in der effektiven Kommunikation.
>
> Es ist das grundlegende Prinzip,
> das alle Beziehungen hält.
>
> – Stephen R. Covey



FÜNF SCHRITTE VON VERTRAUEN ZU WIRKUNG

Ein natürlicher Prozess, der durch wirkungsorientierte Kommunikation unterstützt wird.

1 Zuhören & Verstehen

Sie hören aktiv zu und verstehen die Bedürfnisse, Ziele und Herausforderungen Ihrer Kunden.

2 Lösung empfehlen

Sie empfehlen die Lösung, die wirklich passt – nicht die größte oder teuerste.

3 Wertschätzung zeigen

Sie nutzen Werbeartikel, um Wertschätzung und Anerkennung auf authentische Weise zu zeigen.

4 Vertrauen aufbauen

Durch ehrliche Beratung und passende Lösungen entsteht Vertrauen – die Basis jeder Beziehung.

5 Wirkung entfalten

Aus Vertrauen wird Beziehung. Aus Beziehung wird Loyalität. Aus Loyalität wird nachhaltiges Wachstum.

Vertrauen ist der erste Schritt.
Beziehung ist der zweite Schritt.
Wirkung ist das gemeinsame Ziel.



19

Wirkungsorientierung steigert Effizienz und Ressourcennutzung. Effizienz schafft Wirkung. Wirkung schafft Erfolg.

In vielen Unternehmen werden Werbeartikel
nach Gewohnheit, Budget oder Verfügbarkeit ausgewählt.
Wirkung entsteht so meist zufällig – wenn überhaupt.

Wirkungsorientierung verändert diesen Ansatz.
Sie lenkt Ressourcen auf das, was wirklich zählt.
Sie verhindert Streuverluste.
Sie sorgt für bessere Ergebnisse bei gleichen Mitteln.

Wenn Ziele klar sind, Entscheidungen fundiert sind
und Maßnahmen auf Wirkung ausgerichtet sind,
arbeiten Budgets effizienter und Maßnahmen erfolgreicher.

Marksense unterstützt Sie dabei,
Ihre haptische Kommunikation wirkungsorientiert zu gestalten.
Für mehr Effizienz. Für mehr Wirkung. Für mehr Erfolg.

**Effizienz ist wichtig. Wirkung ist entscheidend.
Wirkung ist der Hebel für nachhaltigen Erfolg.**

> Effizienz ist, die Dinge richtig zu tun.
> Wirkung ist, die richtigen Dinge zu tun.
>
> – Peter Drucker



SIEBEN WIRKUNGSEFFEKTE FÜR MEHR ERFOLG

Wirkungsorientierung entfaltet konkrete positive Effekte in Ihrem Unternehmen.

1 Klarheit gewinnen
Alle Maßnahmen haben ein klares Ziel und einen erkennbaren Zweck.

2 Streuverluste vermeiden
Ressourcen werden gezielt eingesetzt – nicht breit gestreut.

3 Budgets effizient einsetzen
Gleiche Budgets erzielen mehr Wirkung und bessere Ergebnisse.

4 Ergebnisse verbessern
Wirkungsorientierung führt zu messbaren und relevanten Verbesserungen.

5 Entscheidungen sichern
Fakten und klare Ziele schaffen Sicherheit und Akzeptanz.

6 Relevanz für Zielgruppen steigern
Die richtigen Impulse treffen die richtigen Menschen.

7 Nachhaltigen Erfolg erzielen
Wirkung verstärkt sich über die Zeit und schafft echten Erfolg.

Wirkungsorientierung ist kein Mehraufwand.
Sie ist der effizienteste Weg zu mehr Wirkung und Erfolg.
Marksense zeigt Ihnen den Weg dorthin.



20

Wirkungsorientierung macht Kommunikation messbar und vergleichbar. Messbarkeit schafft Verständnis und Vertrauen.

Ohne klare Ziele bleibt Wirkung unsichtbar.
Ohne Messung bleibt Erfolg Zufall.
Und ohne Vergleich bleibt Verbesserung unmöglich.

Wirkungsorientierung definiert, was gemessen werden soll.
Sie macht Ergebnisse sichtbar und Entwicklungen nachvollziehbar.
Sie schafft eine gemeinsame Sprache im Unternehmen.

Wer Wirkung misst, lernt kontinuierlich.
Wer Wirkung vergleicht, entscheidet besser.
Wer Wirkung versteht, gewinnt Vertrauen.

Marksense unterstützt Sie dabei,
Wirkung sichtbar zu machen,
Ergebnisse zu bewerten
und Kommunikation gezielt weiterzuentwickeln.

Das, was messbar ist, kann verbessert werden.
Das, was verbessert wird, schafft mehr Wirkung.

> Was man messen kann,
> das kann man managen.
> Was man nicht messen kann,
> das kann man nicht verbessern.
>
> – Peter F. Drucker



SECHS SCHRITTE ZU MESSBARER WIRKUNG

Ein strukturierter Prozess, um Wirkung systematisch zu messen und zu verbessern.

1 Ziele definieren
Legen Sie fest, welche Wirkung Sie erzielen möchten und warum.

2 Kennzahlen festlegen
Bestimmen Sie Kennzahlen, die Ihre Ziele konkret abbilden.

3 Daten erheben
Sammeln Sie relevante Daten regelmäßig und verlässlich.

4 Ergebnisse analysieren
Bewerten Sie die Daten, erkennen Sie Muster und Zusammenhänge.

5 Vergleichen & bewerten
Vergleichen Sie Ergebnisse über Zeiträume, Kampagnen oder Zielgruppen.

6 Maßnahmen ableiten
Leiten Sie konkrete Maßnahmen ab und setzen Sie diese konsequent um.

Transparenz schafft Verständnis.
Verständnis schafft Vertrauen.
Vertrauen schafft Wirkung.
Marksense macht Wirkung sichtbar und messbar.



21

Zusammenfassung

Die fünf wichtigsten Erkenntnisse

Wirkungsorientierung verändert die Art,
wie Unternehmen haptische Kommunikation
einsetzen – und welchen Wert sie daraus gewinnen.

1 **Wirkung beginnt mit Klarheit.**
Nur wer seine Ziele, Zielgruppen und Botschaften kennt, kann die richtigen Entscheidungen treffen.

2 **Menschen entscheiden emotional.**
Haptische Kommunikation schafft Berührungspunkte, die im Kopf bleiben und Vertrauen stärken.

3 **Effizienz entsteht durch Relevanz.**
Wirkungsorientierte Entscheidungen reduzieren Streuverluste und steigern den ROI Ihrer Kommunikation.

4 **Messbarkeit schafft Vertrauen.**
Was messbar ist, kann verbessert werden.
Das macht Wirkung sichtbar und planbar.

5 **Nachhaltige Wirkung schafft Wert.**
Verantwortungsvolles Handeln stärkt Ihre Marke, Beziehungen und Zukunftsfähigkeit.

22

Checkliste

Prüfen Sie Ihr Unternehmen

Beantworten Sie die folgenden Fragen ehrlich.
So erkennen Sie, wie wirkungsorientiert Ihre haptische Kommunikation bereits heute ist.

	FRAGE	JA	TEILWEISE	NEIN
1	Haben wir klare Ziele für unsere haptische Kommunikation definiert?	☐	☐	☐
2	Kennen wir unsere Zielgruppen und deren Bedürfnisse genau?	☐	☐	☐
3	Versteht jeder die Botschaft, die wir kommunizieren wollen?	☐	☐	☐
4	Wählen wir Werbeartikel nach Wirkung – nicht nur nach Preis oder Produkt?	☐	☐	☐
5	Ist unsere Kommunikation konsistent über alle Kanäle hinweg?	☐	☐	☐
6	Messen wir die Wirkung unserer Maßnahmen systematisch?	☐	☐	☐
7	Nutzen wir die Ergebnisse zur Optimierung unserer Entscheidungen?	☐	☐	☐
8	Achten wir auf Qualität und Relevanz statt auf Quantität?	☐	☐	☐
9	Handeln wir nachhaltig in Auswahl, Mutzung und Beschaffung?	☐	☐	☐
10	Schafft unsere haptische Kommunikation echten Mehrwert und bleibt in Erinnerung?	☐	☐	☐

Ihr Ergebnis
Je mehr Kreuze in der Spalte „Ja" stehen, desto wirkungsorientierter ist Ihre haptische Kommunikation. Nutzen Sie die Erkenntnisse, um noch gezielter und erfolgreicher zu kommunizieren.

23

Der MARKSENSE Kommunikations-Kompass

So unterstützen wir Unternehmen

Der Kommunikations-Kompass ist unser bewährtes Werkzeug für wirkungsorientierte Entscheidungen. Gemeinsam entwickeln wir Klarheit, Orientierung und nachhaltige Wirkung für Ihre haptische Kommunikation.

1 Klarheit schaffen
Wir analysieren Ihre Ziele, Zielgruppen und Botschaften. Damit schaffen wir die Grundlage für jede Entscheidung.

2 Wirkung verstehen
Wir betrachten Ihre Kommunikation aus verschiedenen Perspektiven und identifizieren die relevanten Hebel.

3 Optionen entwickeln
Wir entwickeln passende Lösungen – kreativ, strategisch und immer mit Blick auf Ihre Ziele.

4 Entscheidungen treffen
Wir bewerten die Optionen klar, transparent und wirkungsorientiert und treffen die richtige Entscheidung.

5 Wirkung messen
Wir messen die Ergebnisse, lernen daraus und verbessern kontinuierlich Ihre Kommunikation.

Unser Ziel: Ihre wirksame Kommunikation.
Mehr Klarheit. Mehr Wirkung. Mehr Erfolg.

Erfahrung & Expertise
Langjährige Erfahrung in haptischer Kommunikation und strategischer Beratung.

Methodik & Struktur
Ein klarer Prozess für bessere Entscheidungen und messbare Ergebnisse.

Partnerschaft & Vertrauen
Wir begleiten Sie als Partner auf Augenhöhe – engagiert, ehrlich und verlässlich.

24

Jede wirksame Kommunikation beginnt mit einer guten Entscheidung.

Wirkungsorientierung schafft Klarheit.
Klarheit schafft bessere Entscheidungen.
Bessere Entscheidungen schaffen nachhaltige Wirkung.

Dafür steht MARKSENSE.



MARKSENSE
Carsten Lenz
Meerbusch bei Düsseldorf
info@marksense.de
www.marksense.de
marksense

Mehr Klarheit.
Mehr Wirkung.
Mehr Erfolg.

www.marksense.de