

# Eine Studie zur Wirkung von Außenwerbung

in Kooperation mit dem  
Institut für Demoskopie Allensbach



PRO MEDIA  
CONCEPT GMBH  
Agentur für optimierten Plakateinsatz

**Outdoor-Marketing – schneller,  
effektiver und günstiger kann heute  
kaum Awareness erreicht werden.**



## Außenwerbung im Fokus

### **Effektiver geht's nicht.**

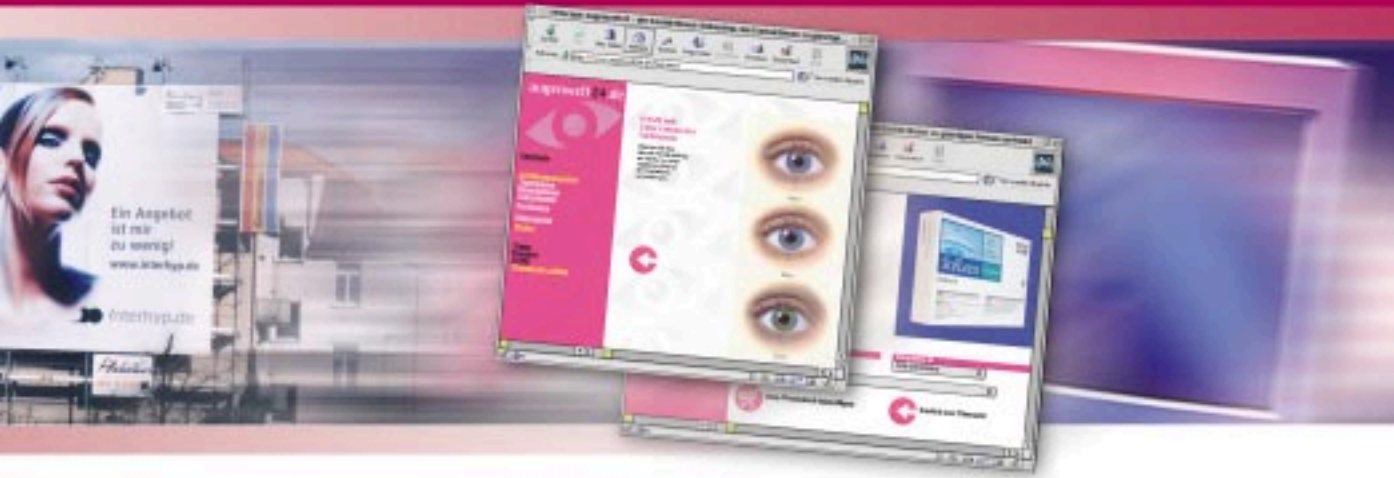
Außenwerbung ist heute aus dem Marketing-Mix nicht mehr wegzudenken. Denn kein anderes Instrument schafft es, so schnell und wirkungsvoll eine derart hohe Aufmerksamkeit und Kaufbereitschaft bei der Zielgruppe zu gewinnen. Und das auch mit weniger großen Budgets. Darum nutzt Pro MEDIA CONCEPT GmbH alle Varianten der Außenwerbung und bietet seinen Kunden Unterstützung von der Planung über die Ausführung bis hin zur Erfolgskontrolle. Auf diese Weise werden die Möglichkeiten dieses Mediums voll ausgeschöpft.

### **Ein herausragendes Beispiel.**

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel für gelungene Außenwerbung ist die Kampagne „Kontaktlinse verloren?“. Diese führte Pro MEDIA CONCEPT GmbH für das junge Unternehmen augenwelt24.de in Zusammenarbeit mit Schaller & Partner durch.

Innerhalb kürzester Zeit wurde eine überdurchschnittliche und positive Awareness der Marke augenwelt24.de bei der relevanten Zielgruppe erreicht. Dies konnte das Institut für Demoskopie Allensbach in einer Resonanzstudie eindeutig nachweisen.

augenwelt24.de – ein innovatives  
Geschäftsmodell. Doch wie erfährt  
der Kunde von dem Angebot?



## Die Kampagne für augenwelt24.de

### **Ein innovatives Geschäftsmodell...**

augenwelt24.de ist ein junges Start-Up-Unternehmen, das die Vorteile des Internets nutzt, um seinen Kunden Kontaktlinsen und Kontaktlinsen-Lösungen zu offerieren.

### **...und seine Hürden.**

Mit einem Bekanntheitsgrad von 0% beim Start des Online-Shops stand eine Frage im Brennpunkt: Wie können potenzielle Kunden auf dieses Angebot aufmerksam gemacht werden? augenwelt24.de konzentrierte seine Werbeaktivitäten komplett auf Plakatwerbung und die entstandene Kampagne „Kontaktlinse verloren?“ formulierte eine wirkungsvolle Antwort auf diese Frage.

### **Die Kampagne „Kontaktlinse verloren?“**

Pro MEDIA CONCEPT GmbH und Schaller & Partner entwickelten ein Kampagnen-Konzept, das ausschließlich Outdoor-Medien einsetzte. Der knappe Slogan „Kontaktlinse verloren? – [www.augenwelt24.de](http://www.augenwelt24.de)“ gibt den Wink in die richtige Richtung.

Das Pilotprojekt der Kampagne startete am 13.11.2001 für eine Dekade im Bundesland Saarland. Pro MEDIA CONCEPT GmbH wählte die besten Standorte mit der höchsten Kontaktwahrscheinlichkeit für die relevante Zielgruppe aus. Um eine Verfälschung auszuschließen, wurden ausschließlich Großflächenformate verwendet.

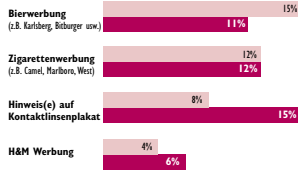
# Der Werbe-Erfolg in Zahlen.

Im Auftrag der Pro MEDIA CONCEPT GmbH führte das Institut für Demoskopie Allensbach einen Resonanztest im direkten Anschluss an die Kampagne im Saarland durch. Insgesamt wurden 308 repräsentativ ausgewählte Personen im Alter von 14-59 Jahren mündlich-persönlich (face-to-face) befragt. Darunter waren 37 Kontaktlinsträger.



## Spontane Erinnerung

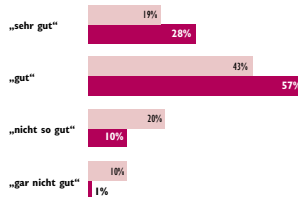
Frage: „Man sieht ja oft Werbeplakate an Bushaltestellen, Plakatwänden, Lifelaßsäulen und so weiter. Von welchen Firmen oder Marken sind Ihnen in letzter Zeit Plakate aufgefallen? Erinnern Sie sich da an bestimmte Marken oder Firmen oder auch an bestimmte Motive?“ (offene Ermittlung, ohne Antwortvorgabe)



→ Schon bei der spontanen Erinnerung zeigt sich, dass die Kampagne in der Zielgruppe noch höhere Reichweiten erzielt. 8% der Saarländer und 15% der „Kontaktlinsträger“ nennen die Kampagne ohne weitere Hilfestellung.

## Sympathie

Frage: „Wie gefällt Ihnen dieses Plakat in allem? Würden Sie sagen es gefällt Ihnen...“



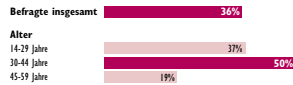
→ Die Plakatgestaltung von Schaller & Partner erhält überdurchschnittlich gute Noten: 62% aller Saarländer sowie 85% der Kontaktlinsträger halten das Plakat für „gut“ oder „sehr gut“.

■ Befragte insgesamt ■ Kontaktlinsträger

## Gestützte Erinnerung

Frage: „Hier habe ich ein verkleinertes Bild von einem Werbeplakat. Haben Sie dieses Plakat in den letzten Tagen schon einmal gesehen, oder bisher nicht?“

Es haben dieses Werbeplakat in den letzten Tagen schon gesehen:

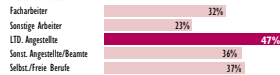


→ Noch beachtlich mehr Saarländer (36%) erinnern sich an die Kampagne, wenn ihnen ein verkleinertes Originalplakat vorgelegt wird. Deutlich wird, dass besonders Personen jungen bzw. mittleren Alters von dieser Art der Außenwerbung angesprochen werden.

## Schulbildung



## Berufskreise



## HV-Nettomonateseinkommen



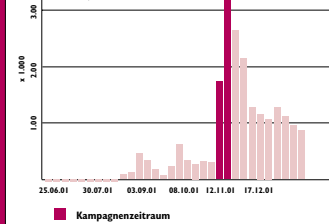
→ Wirft man einen Blick auf verkaufsrelevante Merkmale wie Schulbildung, Berufskreis und Nettomonateseinkommen, ist festzustellen, dass die Außenwerbung ihre Wirkung bei der Premium-Zielgruppe der höher gebildeten und besser verdienenden erst recht entfaltet.



→ Die Medienresonanz in der Zielgruppe der Kontaktlinsträger ist ungewöhnlich hoch. Dies ist mit der hohen Ansprache der selektiven Wahrnehmung bei dieser Zielgruppe durch die Außenwerbungs-Kampagne zu erklären.

## Steigerung der Kundenkontakte

Zugriffsrate  
Rückblick vom 25.06.2001 bis  
03.02.2002, Wochenbericht



→ Seit Beginn der Kampagne konnten die Zugriffe auf das Internetangebot von augenwelt24.de mehr als verzehnfacht werden.

# Fazit: Außenwerbung ist Trumpf.

Diese Ergebnisse demonstrieren den Erfolg gut gemachter Plakatkampagnen. Es zeigt sich deutlich, dass die gezielte Schaltung eines Plakats über eine Dekade (11 Tage) bereits zu einer deutlichen Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Angebotsnutzung führt.

**Geschäftsführer von augenwelt24.de, Martin Zach**  
„Dank der hervorragenden Arbeit von Pro MEDIA CONCEPT GmbH und Schaller & Partner konnten wir innerhalb kürzester Zeit den Zugriff auf unser Angebot von 0 auf konstant 1000 Hits pro Tag bringen. Ich hätte nie gedacht, das Außenwerbung so stark ist!“

**Geschäftsführer von Pro MEDIA CONCEPT GmbH, Dominik Schwarz**  
„Die meisten Arbeit überlassen wir nicht dem Zufall. Nur so sind Erfolge wie dieser möglich.“

**Geschäftsführer von Schaller & Partner Werbeagentur GWA, Dieter Schaller**  
„Angenehme Kooperation für unser Haus ein Muss. Darüber steigt dieses Beispiel, wie entscheidend der Erfolg von der Wahl der richtigen Werbestrategie abhängt.“



## Die Pro MEDIA CONCEPT GmbH – Ihr Dienstleister für Außenwerbung

Die Pro MEDIA CONCEPT GmbH ist eine führende Media-Agentur speziell für den Bereich out-of-home-Medien. Durch ein länderübergreifendes Partnernetzwerk kann Außenwerbung in allen gewünschten Formen und Gebieten abgewickelt werden. Mit modernsten Arbeitsmethoden werden die bestmöglichen Standorte unter Berücksichtigung aller Vorgaben

und Kapazitäten für eine optimale Kundenlösung ausgewählt. Die Pro MEDIA CONCEPT GmbH übernimmt auch die Gestaltung sowie die komplette Druckabwicklung in Zusammenarbeit mit erfahrenen Werbeagenturen und Druckereien. Auf diese Weise können wir Ihnen stets optimale Bedingungen für Ihren Werbeerfolg bieten. Kontaktieren Sie uns.

[www.pro-media.org](http://www.pro-media.org)



**PRO MEDIA**  
**CONCEPT GMBH**

Agentur für optimierten Plakateinsatz

**Gottlieb-Daimler-Str. 6**  
**78467 Konstanz**  
**Tel.: 07531-985824**  
**Fax: 07531-985855**  
**e-mail: [info@pro-media.org](mailto:info@pro-media.org)**  
**internet: [www.pro-media.org](http://www.pro-media.org)**