

10 GUTE GRÜNDE

FÜR AUSSENWERBUNG

STRÖER

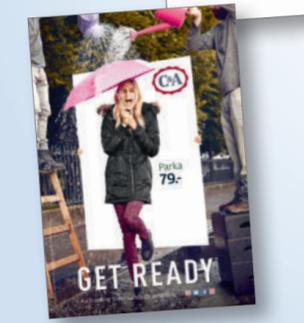
1 ÖFFENTLICHKEIT = REALITÄT

Außenwerbung schließt niemanden aus, ist sozusagen barrierefrei: Wer sich draußen bewegt, wird von Außenwerbung erreicht.

Diese Öffentlichkeit verleiht der Botschaft gleichzeitig Glaubwürdigkeit.



2 EINFACH GUT



Wenn Du die Essenz der Kampagne nicht so knackig formulieren kannst, dass sie auf ein Plakat passt, bekommst Du sie auch nicht in den Kopf der Konsumenten. Alle sind heutzutage von Informationen überflutet.

Nur prägnant formulierte Botschaften haben die Chance durchzudringen.

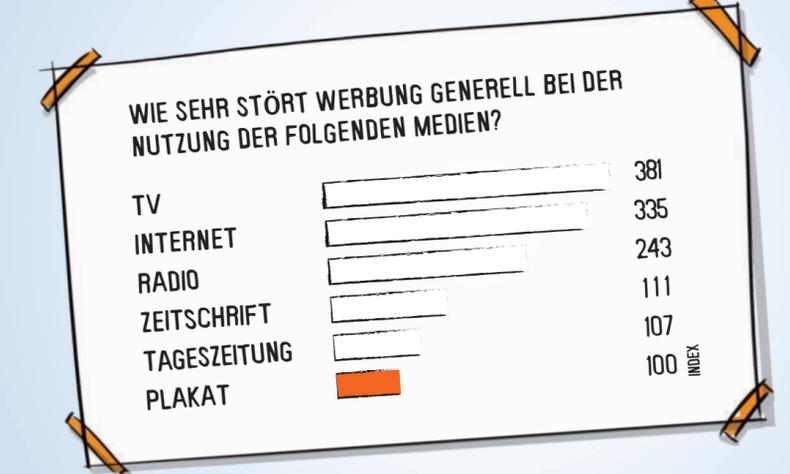
3 UNVERMEIDBAR

TV-Werbung kann man wegzappen, Funk-Werbung abschalten:

Außenwerbung ist die einzige Werbung, die unvermeidbar ist.



4 HOHE AKZEPTANZ

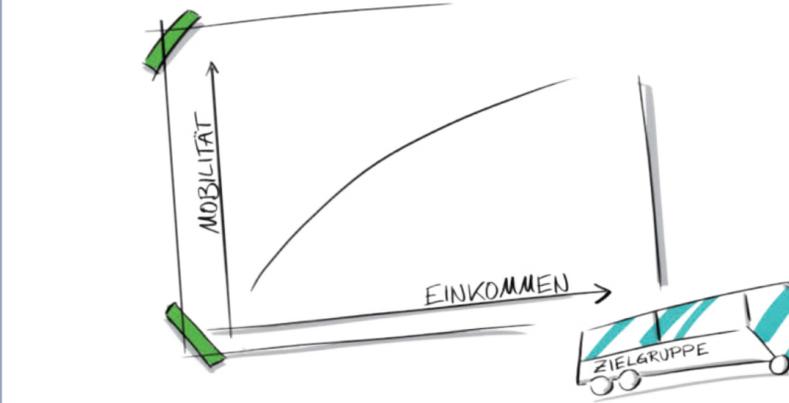


Außenwerbung wird von der breiten Mehrheit als nicht-störend und sympathisch wahrgenommen. Auch liegt Out-of-Home vorne bei der Frage, in welchem Kanal sich Menschen häufiger Werbung wünschen, weil er ihren Alltag bereichert.¹

5 AUSSENWERBUNG TRIFFT

Das Erreichen der richtigen, werberelevanten Zielgruppen wird mit anderen Medien zunehmend schwieriger. Die Menschen werden immer mobiler. Je höher das Einkommen, desto höher die Mobilität.²

Und damit die Einschaltquote der Außenwerbung.



NOCH FRAGEN?

Ströer Media Deutschland GmbH
Ströer Allee 1
50999 Köln

Tel.: 02236 9645 0
Kontakt-Regional@stroerer.de

Impressum
Herausgeber:
Ströer Media Deutschland GmbH
Ströer Allee 1 · 50999 Köln
www.stroerer.de

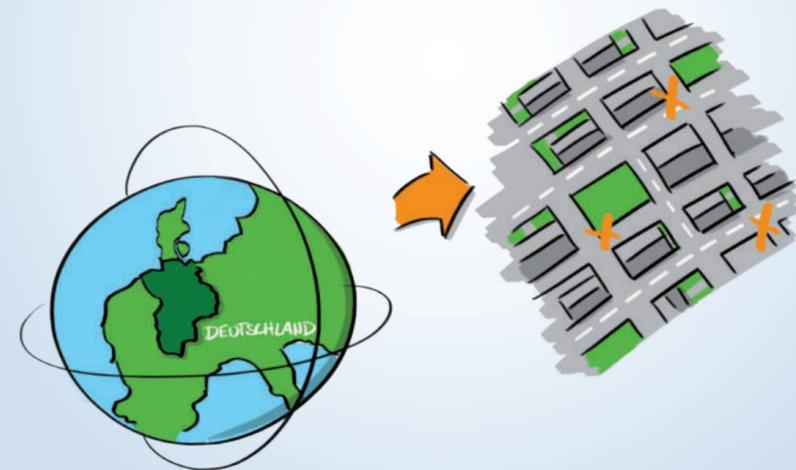
QUELLEN

- MEC 2016 (Institut: Research Now): Studie zur Glaubwürdigkeit von Out-of-Home; Statista: repräsentative Online-Befragung, Erhebungszeitraum: 24. Juni bis 8. Juli 2019
- best for planning 2020 I: Mobilität „Persönlich außer Haus“ in Abhängigkeit vom Haushaltsnetto-Einkommen
- ma 2020 Plakat: Beispielbelegung alle Orte > 500.000 EW, jeweils Mega-Light-Metropolitan Netz (Zielgruppe: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre)
- ROI-Studie OOH 2020 des Fachverband Aussenwerbung e. V. (FAW): Meta-Analyse zu Wirkung und Effizienz von Out of Home im Mediamix, Durchgeführt mit Annalect Germany

HANDVERLESEN

Außenwerbung lässt sich von nationaler Schaltung bis zur Selektion einer Einzelstelle punktgenau aussteuern. Nach Zielgruppen, Touchpoints oder der Distribution.

Das kann kein anderes Medium.



6

GROSSER AUFTRITT

Size matters: ein größeres Werbeformat führt zu einer höheren Werbewirkung. **Und das ist wichtig, um eine Marke innerhalb der Masse von Werbebotschaften durchzusetzen.**



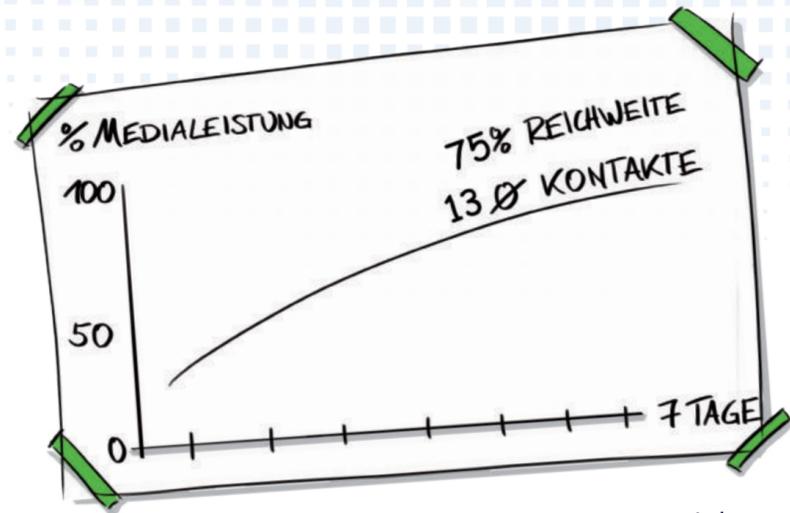
7

ALLE SPRECHEN DRÜBER



8

WIRKT SOFORT



Mit Außenwerbung werden extrem schnell hohe Reichweiten und eine hohe Kontaktdichte aufgebaut,³ die Basis für eine schnelle Verankerung der Werbebotschaft in der Zielgruppe. **Und damit die Grundlage für die gewünschte Werbewirkung.**

9

AUSSENWERBUNG VERKAUFT

Außenwerbung erzeugt Markenbilder im Kopf der Konsumenten, die bei der Kaufentscheidung unbewusst abgerufen werden.

Gemessen an ihrem Anteil am Mediamix, entfaltet sie bei Kampagnen mit dem Ziel „Abverkauf“ überproportionale Kraft als Absatzhebel. **Jeder hier in Außenwerbung eingesetzte Euro an Mediaspendings erzielt im Durchschnitt das Vierfache an Umsatz.⁴**



10