

Pressemitteilung

Düsseldorf, den 31.08.2007

Aktuelle Studie: Wo werden Kaufentscheidungen getroffen?

Bei Plakatwerbung zählt die Nähe zum Wohnort

Wo werden Kaufentscheidungen in Deutschland getroffen? Zu Hause, unterwegs oder bei der Arbeit? Die aktuellen Ergebnisse einer von PLAKATUNION bei der GfK in Auftrag gegebenen Studie zeigen, rund 80 % der Kaufentscheidungen werden im heimischen Umfeld getroffen. Das macht kleine Städte für Plakatwerbung besonders interessant, denn 70% der Einwohner Deutschlands wohnen in Städten unter 100.000 Einwohnern.

Die Zeichen stehen gut für die Mediagattung Plakat - der gesamte Out-of-Home-Bereich wächst deutlich. Für das erste Halbjahr 2007 veröffentlicht das Marktforschungsinstitut Nielsen beeindruckende Zahlen: Plakat legt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 17,1% zu. Damit wuchs der Umsatz auf 381 Millionen Euro. Immer mehr Werbeentscheider erkennen, dass eine mobiler werdende Gesellschaft besonders gut durch diejenige Mediagattung erreicht wird, die im Stadtbild nicht zu übersehen ist. Wegzappen ist einfach nicht möglich.

„Häufig konzentrieren sich die Werbungstreibenden bei der Planung von Plakatkampagnen allerdings auf die Belegung von Standorten in Metropolen; kleinere Städte sind demgegenüber nicht so oft im Fokus, obwohl hier die große Mehrheit der Konsumenten wohnt,“ weiß Claudius von Soos, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb vom Plakatunternehmen PLAKATUNION, zu berichten. „Wir haben uns gefragt, ob es nicht sinnvoll ist, diese Strategie einmal umzukehren. Natürlich ziehen Metropolen auch viele Pendler aus kleinen Städten an. Aber eine sehr relevante Frage ist doch, wo werden im Endeffekt eigentlich Kaufentscheidungen getroffen? Dort, wo die Menschen wohnen, oder dort, wo sie arbeiten?“ so von Soos weiter.

Die Ergebnisse der rund 2.000 deutschlandweit Befragten zeigen eindeutig: Kaufentscheidungen werden zu rund 80% im heimischen Umfeld getroffen. Das gilt für Produkte des täglichen Bedarfs, für langlebige Konsumgüter sowie die Entscheidung für Dienstleistungen. Kaufentscheidungen am Arbeitsplatz oder auf dem Weg dorthin nehmen dem gegenüber einen geringen Stellenwert ein (5% für Produkte des täglichen Bedarfs, 2,5% für langlebige Güter).

Stellt man diesem Tatbestand nun die Einwohnerstruktur Deutschlands auf Städte verteilt gegenüber, stellt man fest, dass 70% der Menschen in Städten unter 100.000 Einwohnern wohnen. „Auch dies spricht eindeutig für Plakatkampagnen in kleineren Städten, wo die Kaufentscheidungen am sinnvollsten zu beeinflussen sind“, so Claudius von Soos.

Hinzu kommt der Zielgruppenaspekt, denn in kleineren Städten sind interessante Zielgruppenpotenziale anzutreffen. Z.B. sind Haushalte mit besonders hohem Netto-Einkommen oder Familien mit Kindern besonders häufig in Städten unter 100.000 Einwohnern anzutreffen.

Ein weiteres gutes Argument bei der Belegung kleinerer Städte liegt in der geringeren Komplexität der Straßennetze im Vergleich zu großen Städten. Dies hat die GfK anhand des aktuellen Frequenzatlases des Fraunhofer Institutes analysiert. Um eine kleine Stadt abzudecken, benötigt man in der Relation weniger Plakatstellen als in einer großen Stadt. „Zudem ist die Ablenkung für Autofahrer in kleineren Städten weniger stark. Die übersichtlichere Verkehrssituation läßt dem Autofahrer mehr Zeit,



Werbung auf Plakatflächen wahr- und aufzunehmen", ist sich Claudius von Soos sicher.

Zur Studie:

Im Rahmen der von der GFK umgesetzten Studie wurden zwischen Mai bis Juni dieses Jahres auf Basis einer repräsentativen Stichprobe in den alten und neuen Bundesländern 1.979 Männer und Frauen befragt, wo sie Kaufentscheidungen treffen (davon 1.029 Frauen und 950 Männer).

Zum Unternehmen:

Die **PLAKATUNION Außenwerbe-Marketing GmbH & Co. KG** ist mit über 30.000 Werbeträgern in über 2.000 Städten bundesweit der drittgrößte nationale Anbieter von Plakatwerbung in Deutschland.

Pressekontakt

CrossPR GmbH

Nicole Weschke

Weschke@crosspr.de / 0211.938853.51

Kontakt PLAKATUNION

Außenwerbe-Marketing GmbH & Co. KG

Claudius von Soos

Geschäftsführer Marketing & Vertrieb

Graf-Adolf-Straße 76

40210 Düsseldorf

Tel : 0211-586 580-10

Fax : 0211-586 580-58

Claudius.vonsoos@plakatunion

www.plakatunion.de