

PRESSEMITTEILUNG

GfK-Studie bestätigt Out-of-Home-Channel überzeugende Reichweiten

- **Digitales Bewegtbildnetz am Bahnhof erreicht 20 Prozent der Bevölkerung pro Woche**
- **Reichweite entspricht mittelgroßem TV Sender**

Köln/München, 29. Juni 2012

Eine repräsentative Leistungsstudie des Marktforschungsinstituts Enigma/GfK für den Out-of-Home-Channel (OC) an deutschen Bahnhöfen zeigt, dass das digitale Außenwerbenetz von Ströer innerhalb einer Woche mindestens 20 Prozent der Bevölkerung erreicht. Die größte Beachtung finden die digitalen Screens bei jüngeren Menschen: 42 Prozent der 14- bis 29-jährigen haben innerhalb einer Woche wenigstens einen Kontakt mit dem OC, was in dieser Bevölkerungsgruppe ein überproportional hohes Kontaktvolumen darstellt.

Die Studie liefert außerdem Daten zum Mobilitätsverhalten von Bahnhofsbesuchern, die beispielsweise die Kontaktchancen Berufstätiger gegenüber den nicht Berufstätigen ausweisen. Die meisten Personen werden durch den OC am Morgen oder am Nachmittag bzw. frühen Abend erreicht: Zur Rush-Hour die Berufstätigen, am Nachmittag die Schüler und Studenten und am Abend beide Zielgruppen auf dem Weg nach Hause oder zur nächsten Freizeitaktivität. Das entspricht genau den Zeitblöcken, in denen die TV Nutzung dieser Gruppen am geringsten ist.

„Jung, kaufkräftig und konsumfreudig – so lassen sich die Nutzer des Out-of-Home-Channels am besten beschreiben“, kommentiert Dirk Wiedenmann Vorstandsmitglied und Vorsitzender der Geschäftsführung der Ströer Media Deutschland GmbH die Ergebnisse der Leistungsstudie. „Die Studie bestätigt unsere Einschätzung, dass der Out-of-Home-Channel die Netto Reichweitenentwicklung von Bewegtbildkampagnen wie TV Spots erheblich verstärkt. Die Nachfrage nach diesem Infrastrukturprojekt lässt uns davon ausgehen, dass unser

digitales Portfolio mittelfristig einen Anteil im zweistelligen Prozentbereich am Konzernumsatz haben wird.“

Für die Erhebung hat das Marktforschungsinstitut von Oktober bis Dezember 2011 insgesamt mehr als 5.000 Personen befragt. Es wurden auf diesem Weg Daten zum Nutzerkreis der Bahnhöfe, zur Häufigkeit der Besuche und zu den Wegen innerhalb der Bahnhöfe ermittelt. Die Befragung nach einem Bahnhofsbesuch in den letzten 3 Monaten ergab, dass 45 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren den Bahnhof in diesem Zeitraum genutzt haben. Fast jede dieser Personen hatte in diesem Zeitraum auch einen Kontakt mit dem Out-of-Home-Channel: Nach nur einem Quartal konnte der OC 41 Prozent der Grundbevölkerung (14+) erreichen.

Die Forschungsergebnisse bescheinigen dem OC aber nicht nur Reichweiten, die denen eines mittelgroßen TV Senders entsprechen. Sie belegen auch, dass sich das nationale Werbeträgernetz als ein Komplementärmedium zum TV anbietet. Um die gewünschten Zielgruppen außerhalb der eigenen vier Wände präzise anzusprechen, bietet es sich an, den Out-of-Home-Channel in jeweils dreistündigen Zeitschienen zu buchen.

Entscheidend für den Erfolg einer Kampagne ist auch die Kontaktqualität. Eine umfassende Bahnhofsstudie der Ströer Gruppe aus dem Jahr 2010 ergab, dass Konsumenten in Bahnhöfen besonders interessiert und empfänglich für Werbebotschaften sind und sich dadurch in ihrem Markenbildungsprozess beeinflussen lassen. Die Studie ließ eine deutliche Präferenz für die im Bahnhof beworbenen Produkte im Vergleich zu nicht beworbenen, vergleichbaren Produkten erkennen.

Die Wirkung von TV-Kampagnen kann also durch eine Belegung des nationalen Bewegtbildnetzes optimal in den öffentlichen Raum hinein verlängert werden.

Über Ströer

Die Kölner Ströer Out-of-Home Media AG mit ihren Tochtergesellschaften ist spezialisiert auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von den klassischen Plakatmedien über die Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis zu den modernen digitalen Angeboten in der Außenwerbung. Die Unternehmensgruppe vermarktet über 280.000 Werbeflächen, gehört mit einem Konzernumsatz von 577,1 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2011 zu den marktführenden Außenwerbeunternehmen in Deutschland, der Türkei und Polen und damit gemessen an Umsätzen zu den größten Anbietern Europas.

Mit dem Erwerb der ECE flatmedia GmbH erweitert die Ströer Gruppe ihr Portfolio in der digitalen Außenwerbung um den Bereich Einkaufszentren. Das Werbeträgerangebot des Kölner S-Dax Unternehmens umfasst damit digitale Bewegtbildnetze in den größten deutschen Bahnhöfen, in U- und S-Bahnhöfen und nun auch in den größten deutschen Einkaufszentren. Darüber hinaus verfügt Ströer über ein breit gefächertes Angebot von Außenwerbeprodukten, die in Qualität, Innovation und Design bei Werbeträgern und Stadtmöbeln neue Maßstäbe setzen. Ströer-Stadtmöbel wurden 27 Mal mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 1.700 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.de

Pressekontakt:

Frau Claudia Fasse
Ströer Out-of-Home Media AG
Direktorin Konzern-Kommunikation
Ströer Allee 1
D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: cfasse@stroeer.de

IR Kontakt:

Herr Stefan Hütwohl
Ströer Out-of-Home Media AG
Director Group Finance and Investor Relations
Ströer Allee 1
D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-338
Fax: 02236 / 96 45-6338
E-Mail: ir@stroeer.de