

agma-Ansprechpartner
Georg Schotten
Vorstand Plakat der agma
Telefon: 02236.9645-257
g.schotten@stroeer.de

Christiane Korch
Ressortleitung Plakat MMC
Telefon: 069.156805-20
korch@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V.
Am Weingarten 25
60487 Frankfurt am Main

www.agma-mmc.de

ma 2013 Plakat: Unverändert hohe Mobilität bei steigender Kontaktbilanz

- Die ma 2013 Plakat ist „unvergleichbar“ mit dem Vorjahr; das neue Reichweiten- und Kontaktmodell erlaubt der Mediaplanung stabilere Zielgruppen-Optimierungen.
- Durch das neue Modell verbessert sich die Kontaktbilanz der einzelnen Werbeträger; die Mobilität der Bevölkerung bleibt konstant hoch.
- Die ma Plakat bietet Reichweitendaten für über 260.000 Plakat-Standorte in Deutschland.

Frankfurt, den 18. September 2013 – Heute veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. die Reichweiten der Out-of-Home-Medien. Die ma 2013 Plakat weist Ergebnisse für die Werbeträger Großfläche, City-Light-Poster, Ganzsäule sowie Mega-Light-Poster/City-Light-Boards aus.

Die Mobilität der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren ist demnach – wie zu erwarten war – konstant hoch. Ob Wege zur Arbeit (53 Prozent) oder zum Einkauf (92 Prozent), ob Spaziergehen (70 Prozent) oder Schaufensterbummel (28 Prozent): Das gemessene Mobilitätsverhalten blieb im Vergleich zur ma 2012 Plakat stabil auf hohem Niveau.

„Wir haben uns für ein neues Reichweitenmodell entschieden, weil es stabilere Zielgruppenstrukturen ausweist und somit erlaubt, Angebote präziser auszusteuern,“ so Georg Schotten, Vorstand Plakat der agma: „Dass im Gegenzug die Nettoreichweiten leicht sinken, ist ein Effekt, mit dem wir leben müssen und können. Wichtig ist, dass die Bruttoreichweiten von dieser Modellanpassung nicht betroffen sind. Sie entwickeln sich aufgrund einer verbesserten Standorterfassung sogar leicht positiv.“

Das neue Reichweitenmodell wurde aus den Erfahrungen des Vorgängermodells entwickelt – mit dem Anspruch, künftig auch für kleinere lokale Räume stabilere Zielgruppenstrukturen auszuweisen

und damit Angebote für Außenwerbekunden noch präziser aussteuern zu können. „Damit kommen wir dem Wunsch der Agenturen und der werbungstreibenden Wirtschaft entgegen, Außenwerbung zielgruppengenaue zu steuern“, betont Georg Schotten.

Für die ma 2013 Plakat wurde die Mobilität von rund 55.000 Personen in Deutschland ab 14 Jahren erhoben. Rund 40.000 von ihnen wurden detailliert und kartengestützt zu den Wegen befragt, die sie am Vortag zurückgelegt haben. Das Mobilitätsverhalten von knapp 15.000 Personen wurde mithilfe eines GPS-Geräts sekundengenau gemessen und gibt die zurückgelegten Wege außer Haus im Verlauf einer Woche an.

Die wichtigsten Ergebnisse der ma 2013 Plakat für die einzelnen Werbeträger der Außenwerbung im Überblick:

Großflächen: Mit einer Großflächen-Kampagne erreichen Werbungtreibende in Orten ab 20.000 Einwohnern bei normal hohem Werbedruck (1:3000, also ein Plakat auf 3000 Einwohner) rund zwei Drittel (63,7 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.

Ganzsäulen: Mit Ganzsäulen werden in Orten ab 20.000 Einwohnern bei normal hohem Werbedruck (1:8000) über die Hälfte (51,2 Prozent) der über 14-Jährigen erreicht.

Mega-Light-Poster/City-Light-Board: Die urbanen Werbeträger erreichen bei Belegung des Hauptnetzes in Orten ab 100.000 Einwohnern laut ma 2013 Plakat über ein Drittel (33,7 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.

City-Light-Poster: In Orten ab 20.000 Einwohnern erreichen die beleuchteten Werbeträger bei Belegung des Hauptnetzes 58,8 Prozent, in Orten ab 50.000 Einwohner 53,8 Prozent der Zielgruppe

14 plus.

Weitere Ergebnisse der ma 2013 Plakat – zur Mobilität im Allgemeinen und zu den Reichweiten der einzelnen Werbeträger im Besonderen – zeigen die interaktiven Charts im Anhang dieser Pressemitteilung. Diese iCharts können Sie im Rahmen Ihrer Berichterstattung gerne in Ihre Website einbinden.

Sollten Sie Fragen haben, dann melden Sie sich bitte bei uns.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmcc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2013 Plakat detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.