

Peter Gockel

Das trojanische Pferd für Ihre Werbung

Mit Werbung am Einkaufswagen die eigene Praxis ins rechte Licht rücken

Tatort Supermarkt. Genutzt von Heilpraktikern, Ärzten, Zahnärzten, Pflegediensten, Wellness-Anbietern, um neue Patienten zu gewinnen: In vielen Märkten wie Lidl, Rewe, Tengelmann, Edeka, Netto, Kaufland, Real, Metro, famila werben immer mehr Gesundheitsbranchen um Patienten. Wir gingen diesem Hype auf den Grund. In den letzten fünf Jahren testeten wir systematisch über 200 Märkte von München bis Passau und führten über 1.000 Gespräche mit den dortigen Werbekunden. Fazit: Viele sind begeistert, wir auch. Unsere Erfahrungen finden Sie hier:

Ein normaler Supermarkt wie Lidl, Rewe, Edeka hat pro Monat ca. 30.000 Kunden, die meist zwei- bis dreimal pro Woche für ca. 21 Minuten einkaufen, so die Statistik. Die großen Märkte wie Real, Kaufland etc. haben 80.000 bis 150.000 Kunden, die Einkaufsdauer beträgt dort ca. 45-60 Minuten ... Ahnen Sie den Charme hinter den Zahlen?

Wo sonst gibt es einen Werbeträger, an dem Sie potenzielle Patienten von Montag bis Samstag, von morgens 8 Uhr bis abends 8 Uhr Tag für Tag permanent erreichen? Wo sonst können Sie die Botschaft Ihrer Praxis bei jedem Einkauf für mindestens 21 Minuten „erzählen“, ohne dass ein Kunde Weggucken oder Wegzappen kann? Ehrlich gesagt, wir haben bisher noch nichts Vergleichbares gefunden und sehen deswegen hier eine Riesenchance. Anders ausgedrückt: Wenn Sie dreimal pro Woche zum Einkaufen gehen, dann sind das eine Stunde pro Woche oder vier Stunden pro Monat. Eine lange Zeit für Ihre Werbeschaffung, oder?

Die Königsklasse der Effizienz

Was liegt also näher, als einen Supermarkt für die eigene Werbung zu nutzen? Wenn Sie clever sind, wählen Sie den Königsweg und nutzen die Möglichkeit, mit dem Einkaufswagen als trojanisches Pferd hinter das „Drehkreuz“



Abb. 1: Der Einkaufswagen wirbt für Sie.

des Supermarktes zu kommen und ihre Botschaft während des ganzen Einkaufs wirken zu lassen. So kann sich die volle Power Ihrer Werbung so richtig entfalten.

**Mit 10-20 % Belegung
erreichen Sie 85 % aller Kunden.**

Unsere Nachfrage bei dem Anbieter, der andré media AG (www.andre-media.de) in Regensburg, ergab, dass eine Belegung von 10-20 % der Wagen ausreicht, um 85 % aller Kunden in einem Markt zu erreichen. Diese Quoten fanden wir auch in der Praxis bestätigt. Besonders gefällt die Tatsache, dass an jedem Einkaufswagen ein Plakat auf der Innenseite hängt und zusätzlich ein Plakat auf der Außenseite. Der Vorteil liegt klar auf der Hand: Innen präsentieren Sie konkrete Behandlungsmethoden und außen präsentieren Sie ihre gesamte Praxis groß und auffällig mit Logo – wegen der Fernsicht. Interessanterweise wird das Außenplakat von 15 weiteren Kunden während des Einkaufs unbewusst wahrgenommen, so Herr Schmidt von der „Gruppe Nymphenburg“, München, die mit Augenscannerkameras seit Jahren Marktforschung zum Thema Einkaufswagenwerbung betreibt.

Ein Blick hinter die Kulissen

Integraler Bestandteil eines Werbepakets ist die kostenlose Gestaltung durch firmeneigene Grafiker. Dahinter steckt allein für den Bereich Gesundheitsbranchen ein Pool von mehr als 40 Grafikern. Ahnen Sie, welches KnowHow dahinter steckt? Kunden haben uns erzählt, dass diese Grafiker fast alle aktuellen Trends an Therapien kennen und genau wissen, wie man das visuell perfekt umsetzt. Gerhard W. Süß, Vorstandsvorsitzender der andré media AG, teilt uns auf Anfrage mit, dass derzeit von den 10.000 Kunden ca. 20 % aus dem Gesundheitsbereich stammen, Tendenz stark steigend. Grund dafür könnte auch das attraktive Preis-Leistungsverhältnis sein: Sie können bis zu zwei Gestaltungen pro Einkaufswagen einsetzen und dadurch Ihre Pra-



Peter Gockel

betreibt seit 25 Jahren Marketing und seit fünf Jahren mit dem Schwerpunkt auf Heilpraktikern, Ärzten, Physiotherapeuten und Pflegeberufen. Der gelernte Krankenpfleger kennt als Marketingspezialist alle Wege, wie Therapeuten bestimmte Behandlungsmethoden zielgerichtet für neue Patienten bewerben können. Sein Leitmotiv ist der Einsatz effizienter Methoden, die nachhaltig Auswirkungen auf den Umsatz der Praxis haben und möglichst so gut funktionieren wie „Mund-zu-Mund-Propaganda“.

Kontakt:

Ringstraße 10, D-84178 Kröning
Tel.: 08744 / 966089
Fax: 03212 / 5005002
peter@gockel-marketing.de

xis unterschiedlich darstellen. Sie können kostenlos jährlich den Markt wechseln und somit im Einzugsgebiet Schwerpunkte setzen. Sie können die Gestaltung für ihre eigenen Bezwecke weiternutzen: Das ist charmant, erhalten Sie doch eine professionelle Gestaltung für Ihre Firma „wie von einer Werbeagentur“, aber ohne zusätzliches Entgelt.

Mehr Patienten in der eigenen Praxis

Besonders interessant sind die mehr als moderaten Preise. Schon für 139,- Euro netto erhalten Sie alle Leistungen als Komplettpreis pro Monat. Das ist mehr als fair. Und ebenso genial ist die gezielte Auswahl eines Supermarktes in ihrer Nähe, denn einkaufen muss jeder. Und meist wird in der Nähe des Wohnorts eingekauft. Erkennen Sie diesen erfolgreichen Weg zu mehr Patienten für ihre Praxis?



Rechtsanwalt Christian Ginzel, Dingolfing, bestätigt uns auf Nachfrage, dass trotz aller Lockerungen bei der Werbung von Heilberuflern jede einzelne Maßnahme dennoch nach den gesetzlichen und berufsrechtlichen Regeln geprüft werden muss und attestiert den Grafikern, die die Einkaufswagenwerbung gestalten, ein gutes Augenmaß für seriöse Gestaltungen nach den Werberichtlinien der Heilberufe.