

PRESSEINFORMATION

Die Blick-Fänger

- **Innovative Werbeformen erobern Supermärkte**
- **Kleiner Einsatz, große Wirkung in der Regionalwerbung**

Wer lässt sich beim Zeitunglesen, Fernsehen und Radiohören schon gerne von Werbung stören? Niemand. Beim Einkaufen im Supermarkt dagegen trifft Werbung an 300 Tagen im Jahr auf interessierte Konsumenten in bester Kauflaune. An diesem Punkt setzt die andré media group mit maßgeschneiderten Werbekonzepten an. In bundesweit über 17.000 Verbrauchermärkten bringt das Regensburger Unternehmen CartBoards, CashPoster und InstoreRadio an: Werbung zum Anschauen, Anfassen und Anhören.

Supermarkt-Werbung erreicht jeden, der einkaufen geht - und das sind heute Menschen fast aller Alters- und Berufsgruppen. Schon ein durchschnittlicher Supermarkt hat monatlich rund 60.000 Besucher, fast alle nutzen einen Einkaufswagen und an der Kasse einen Warentrennstab. Die meisten von ihnen leben oder arbeiten in der Nähe der Märkte. Damit sind diese Werbeträger hoch interessant für Unternehmen im räumlichen Umfeld der Märkte, aber auch Hersteller von Produkten aus dem Marktsortiment. Allein in Deutschland zählt andré media rund 15.000 Werbekunden, 20 Prozent davon sind Apotheken und andere Anbieter der Gesundheitsbranche.

CartBoards - Rollende Werbung am Einkaufswagen

Viele Millionen Kunden schieben die schmucklosen Wagen täglich vor sich her. Im Durchschnitt 20 bis 40 Minuten pro Einkauf, durch Zehntausende von Verbrauchermärkten in ganz Deutschland. Während des Einkaufs schweift der Blick die Gänge entlang, über die Regale - und immer wieder in den Einkaufswagen. Der ideale Ort für Werbung also - Werbung, die man nicht weglegen oder -zappen kann. Das ist das Erfolgsgeheimnis der CartBoards von andré media.

Rund zwei Drittel der Einkaufswagen in deutschen Verbrauchermärkten - über 1,8 Mio. Stück - hat die andré media group unter Vertrag, davon sind aktuell nur 300.000 belegt. Das Potenzial dieser Werbeform ist damit enorm. Seit 25 Jahren sind CartBoards der Klassiker der Supermarktwerbung, und bis heute vertrauen Werbekunden der ersten Stunde erfolgreich darauf.

CashPoster - Rotierende Werbung an der Kasse

CashPoster sind Werbung, die greift, weil der Kunde sie be-greift, denn CashPoster stecken im Warentrennstab. Fast jeder Kunde platziert den Stab an der Kasse auf dem Warenlaufband zwischen sich und dem nachfolgenden Kunden. So kommt es zum intensiven Kontakt mit der Werbebotschaft.

CashPoster sind eine „Erfindung“ von Franz Russegger, andré-Partner in Österreich. Seit 2007 sind die Werbeträger einheitlich in das Portfolio von andré integriert und in ganz Deutschland bei Kaufland sowie in vielen Privatmärkten vertreten. 2008 zählte die andré media group rund 14.000 CashPoster-Belegungen.

InstoreRadio - Bewegende Werbung aus dem Lautsprecher

Seit 2008 bietet andré media seinen Kunden ein weiteres effektives Medium der Regionalwerbung an: InstoreRadio. In über 3000 Rewe-Märkten können andré-Kunden ihre eigenen Werbespots innerhalb des Musik- und Informationsprogramms von Rewe schalten. Studien zeigen, dass Käufer sich durch Audiomedien im Supermarkt emotional angesprochen fühlen und Radiospots gerne hören. Belegt ist auch die hohe Glaubwürdigkeit des Mediums und die Einprägsamkeit der Spots beim Hörer.

All-inclusive-Leistungspaket von andré media

Vor allem kleinere Kunden haben oft keine eigene Marketingabteilung, die sie beim optimalen Einsatz ihres Werbebudgets berät und ihren Auftritt professionell gestaltet. Die andré media group nimmt Werbekunden diese Arbeit komplett ab. Neben der intensiven Kundenberatung und der Vermittlung der Werbeflächen gehört zum Leistungspaket daher auch die Gestaltung durch ein Team hauseigener Graphiker mit Branchenexpertise. Im Komplettpreis enthalten sind jeweils zwei unterschiedliche, auf der Basis von Eye-Tracking-Studien optimierte Layouts für die Innen- und Außenseite der CartBoards und CashPoster - schon ab 129 Euro im Monat. Die Werbeträger werden von andré produziert und montiert. Ein Serviceteam kontrolliert und wartet die CartBoards und CashPoster. Ein Motivwechsel im Jahr ist inklusive.

Auch beim InstoreRadio bietet die andré media group ihren Kunden ein komplettes Leistungspaket an: Neben der intensiven Beratung und der optimalen Platzierung schließt es auch die wirkungsvolle und kostengünstige Produktion der Funkspots ein.

Exzellente Werbewirkung in Studien bewiesen

Studien, die die Blickbewegungen von Supermarktkunden analysieren (Eye-Tracking-Studien) beweisen, dass CartBoards und CashPoster viel augenfälligere und damit wirksamere In-Store-Werbemedien sind als Plakate und Kassenmonitore. So war die ungestützte Erinnerung an das Werbemedium CartBoards am Einkaufswagen mit 18 Prozent der befragten Kunden beachtlich - an Monitore oder herkömmliche Plakate konnten sich nur 13 Prozent der Testpersonen erinnern. Während sich 82 Prozent der Kunden auch an das auf den CartBoards beworbenen Produkt erinnern konnten, ließ sie ihr Gedächtnis bei den auf Monitoren und Plakaten platzierten Produkten völlig im Stich.

Pressekontakt:

Angelika Hoppe
andré media AG
Lichtenfelser Straße 10
93057 Regensburg
Telefon: 09 41 - 695 30-131
Fax: 09 41 - 695 40-47
E-Mail: a.hoppe@andre-media.de

Michaela Störr
StörrFaktor - PR, Text, Konzeption
Geyerstr. 20
80469 München
Telefon: 089 - 42 09 56 69 12
Handy: 01 79 - 738 17 81
E-Mail: michaela.stoerr@stoerrfaktor.de

www.andre-media.de