



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **20 Jahre Werbung auf Zapfpistolen**

#### **Paramount Pictures ist der erste Neukunde im Jubiläumsjahr / Alvern Media feiert 20 Jahre FillBoards mit zahlreichen Events**

Hamburg, 23. März 2017. Nestlé, Red Bull, Wrigleys und Reyno waren die ersten Marken, die auf deutschen Zapfpistolen Werbung schalteten. Das war 1997. 20 Jahre später feiert das FillBoard nun Jubiläum. Inzwischen ist viel passiert: Nationale und internationale Lizenznehmer sind hinzugekommen, über 200 Kampagnen werden pro Jahr umgesetzt, DoorMedia (Türbeklebung) oder RoofMedia (Inflatables) wurden flankierend an der Tankstelle eingeführt. Auch die Medienlandschaft hat sich verändert: Den analogen Werbeträgern wurde in den letzten Jahren oftmals ein Ende prognostiziert, digitale Medien boomen und dennoch behauptet sich die Werbung an der Tankstelle mit Erfolg. „2016 war ein besonders starkes Jahr“, berichtet Thorsten Huneke, Vertriebsdirektor DACH bei Alvern Media, dem Unternehmen, dass das Outdoor-Medium vermarktet und inzwischen international in 48 Ländern etabliert hat. „Wir haben 2016 über 2 Mio. Euro in den deutschsprachigen Ländern umgesetzt und zahlreiche Neukunden gewonnen, die Kampagnen für Reifen und Automobilzubehör, Recruiting oder Filme umgesetzt haben“, so Huneke.

Mit einem Neukunden startete Alvern auch ins Jubiläumsjahr. Paramount Pictures bewarb im Januar bundesweit „xXx: Die Rückkehr des Xander Cage“, den neusten Kino-Blockbuster mit Vin Diesel, auf Zapfpistolen. „Eine gute Gelegenheit die Zielgruppe zu aktivieren und sie ganz nebenbei beim Tanken unter Einbeziehung der Kraftstoffsorte mit Vin Diesel bekannt zu machen“, bestätigt Vertriebschef Huneke.

FillBoards sind nach wie vor ein optimales Ergänzungsmedium, in einem immer wichtiger werdenden Umfeld, wie auch der Trendmonitor des Ambient-Media-Fachverbandes 2017 belegt.



43,9 Prozent der befragten Unternehmer empfinden Tankstellen als relevanten Touchpoint für Werbung. Dieser Trend wird anhalten: Der Grund sind vor allem die hohen Kontaktchancen in der mobilen Bevölkerung. Deutlich wird dies an ein paar Zahlen: Rund 90 Prozent aller Menschen in Deutschland gehen täglich vor die Tür. Dabei legen sie im Schnitt 3,4 Wege zurück – für Fahrten zum Einkaufen, zur Arbeit oder für Freizeitaktivitäten. Inzwischen verteilen sich über 14.500 Tankstellen über sämtliche Ortsgrößenklassen auf Deutschland, und diese haben, so beschreibt es die Ambient Media Analyse 2013, für viele Menschen mehr Relevanz als die Kneipe um die Ecke. Das liegt zum einen an der regelmäßigen Tankfrequenz der Autofahrer – im Schnitt steuern sie fünf Mal im Monat die Tankstelle an. Es liegt zum anderen daran, dass Tankstellen äußerst zentral gelegene Versorgungspunkte sind. Und das nicht nur für Personen, die Sprit für ihren Wagen brauchen. „Werbung an Tankstellen ist für zahlreiche Markenartikler hoch interessant. Nicht nur wegen der unmittelbaren Nähe zum Point of Sale, sondern auch deshalb, weil sie FillBoards passgenau selektieren können und das zu günstigen Tausendkontakt-Preisen“, erklärt Huneke. 650 Kontakte kosten beispielsweise pro Tag und Tankstelle im Schnitt nur 4,40 Euro.

Zum Jubiläum hat sich Huneke und sein Hamburger-Team für Kunden und Partner nun einiges einfallen lassen: So wird im Mai zum Hafengeburtstag in die Hansestadt geladen, es gibt spezielle Jubiläumsangebote und Gewinnspiele. Im Herbst sind zudem Überraschungsaktionen an Hamburger-Tankstellen geplant. Den nächsten Jahren sieht der Geschäftsführende Gesellschafter von Alvern Media, Sven Wucherpennig, ebenfalls positiv entgegen: „Gerade in digitalen Zeiten brauchen Marken die öffentliche Bühne und große Reichweiten in der Zielgruppe. Die können wir mit Zapfpistolenwerbung bieten. Denn auch in den kommenden Jahren bleibt das Autofahren attraktiv und das Angebot in den Tankstellen wird wachsen.“

**Bildmaterial erhalten Sie im Anhang und unter**  
<http://www.alvern.de/presse-medien/pressemeldungen/>

Das Bildmaterial ist kostenfrei zur redaktionellen Verwendung. Bitte nehmen Sie den Bildnachweis „Alvern Media“ auf.



## **Pressekontakt**

Rossner Relations  
Stefanie Rossner  
Lindenstraße 14  
50674 Köln  
Tel.: 0221/92 42 81 44  
Fax: 0221/92 42 81 24  
Mail: [rossner@rossner-relations.de](mailto:rossner@rossner-relations.de)  
[www.rossner-relations.de](http://www.rossner-relations.de)

## **Über Alvern Media GmbH**

Alvern ist seit 1997 als Anbieter von innovativen Werbeformaten an Tankstellen in Deutschland, Österreich und der Schweiz präsent. Die Hamburger Alvern Media GmbH hat das FillBoard™, Werbung an Zapfsäulen, als Outdoor-Medium international in 48 Ländern etabliert und darüber hinaus DoorMedia™ (Türbeklebung) in Deutschland eingeführt. Im deutschsprachigen Markt hat Alvern über 240.000 Werbeflächen im Portfolio; europaweit bietet das Unternehmen rund 600.000 Werbeflächen. In Deutschland sind mehr als 9.600 Tankstellen mit FillBoard™ ausgerüstet, also mehr als 2/3 aller Stationen. Dies entspricht 76 Prozent des gesamten Tankvolumens. Darüber hinaus können bundesweit über 1.400 Stationen unterschiedlicher Mineralölgesellschaften mit DoorMedia™ belegt werden. RoofMedia, Inflatables auf Tankstellendächern mit 52 m<sup>2</sup> Werbefläche, gehören ebenso zum Portfolio wie In- und Outdoor-Floorgraphics. Alvern ist Mitglied im Fachverband Ambient Media (FAM). Die Verbandsmitglieder müssen sich jedes Jahr einem Leistungscheck durch einen unabhängigen Auditor stellen. Seit 2004 wurde Alvern Media, der Ambient Media Spezialist, ununterbrochen mit dem deutschen FAM-Qualitätssiegel ausgezeichnet.

Mehr zu Alvern Media unter [www.alvern.de](http://www.alvern.de).