



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Tankstellenwerbung: Sympathisch, auffallend und wirkungsvoll**

**Analyse belegt: Werbung an Tankstellen fördert nicht nur den Abverkauf. Sie eignet sich auch, um Reichweite aufzubauen oder das Image von Marken zu fördern.**

Hamburg, 13. Januar 2014. Werbung an Tankstellen ist weitaus erfolgreicher als bislang angenommen und eignet sich nicht nur für Produkte, die es vor Ort zu kaufen gibt. Darauf weisen die Ergebnisse einer aktuellen Marktforschung hin. Alvern Media, der führende Anbieter innovativer Werbeformate an Tankstellen, hatte die Kampagne eines großen überregionalen Versicherers mit einer umfassenden Befragung begleitet. Dieser hatte im Herbst 2013 Eingangstüren sowie Zapfpistolen mit unterschiedlichen Kampagnenmotiven belegt. Eine direkt nach dem Tankstellenbesuch durchgeführte Befragung von mehr als 500 Tankstellenkunden ergab: Sowohl DoorMedia™ als auch FillBoards™ erwiesen sich als überaus wirksame Werbeträger.

Dabei erzielten FillBoards™ und DoorMedia jeweils spezifische Ergebnisse: Während die Werbung auf Zapfpistolen offenbar auffälliger ist (66 % FillBoards™, 49 % DoorMedia™), kommen die Motive auf den Türen zum Shop besser an (69 % DoorMedia™, 60 % FillBoards™). Der hohe Aufmerksamkeitswert für FillBoards™ liegt u.a. daran, dass die Auswahl der richtigen Spritsorte beim Tanken die Aufmerksamkeit auf die Zapfpistole lenkt. Grundsätzlich ergab die Analyse: Über 80 Prozent der Tankkunden gaben an, mindestens viermal im Monat zu tanken. Lukrativ ist zudem für Werbungtreibende die Altersgruppe: Weit über die Hälfte der Tankstellenbesucher sind zwischen 30 und 49 Jahre alt und zählen damit zur kaufkräftigsten Zielgruppe. „Das alles zeigt: Tankstellen-Werbung als reines PoS-Medium einzustufen, ist zu kurz gegriffen“, betont Thorsten Huneke, Verkaufsdirektor D-A-CH von Alvern Media. „Auch Produktgruppen, die in einem engen Zusammenhang mit dem Umfeld Tankstelle stehen, erzielen eine hohe Werbewirkung. Automobilmarken, Radiosender, aber auch Versicherungen und Banken eignen sich ideal für die Botschaften entlang der Mobilitätskette der Autofahrer. Sie erreichen dort eine hoch interessante, kaufkräftige Zielgruppe.“



Dass Kampagnen an Tankstellen die direkte Nachfrage fördern, weil Werbung, Kaufentscheidung und Point of Sale unmittelbar zusammen liegen, gilt in der Branche längst als gesichertes Erkenntnis. In den Fokus der Werbungtreibenden rückt das Umfeld zudem, weil es sich regional aussteuern lässt und Zielgruppen erreicht werden, die viel unterwegs sind und deshalb mit klassischen Medien immer schwieriger angesprochen werden können. Unlängst belegten außerdem die Ergebnisse der Trendanalyse „Wahrnehmung und Akzeptanz von Ambient Media“, dass Werbeträger wie DoorMedia™ oder FillBoards™ zu den kontaktstärksten Ambient Locations zählen.

Die Studie des Fachverbandes Außenwerbung und PosterSelect bescheinigt der Tankstelle, die auffälligste Umgebung für Ambient Medien zu sein – mit großem Vorsprung vor Flughäfen, Bahnhöfen, Geschäften, Kino oder Kneipen. „Eine der Gründe für diese hohe Akzeptanz ist, dass die Nutzung von Tankstellen inzwischen weit über das reine Betanken hinausgeht“, sagt Huneke. „Insofern sind sie ein unverzichtbarer Touchpoint für Werbungtreibende.“

**Bildmaterial erhalten Sie im Anhang und unter**

**<http://www.alvern.de/pressemediencenter/pressemitteilungen.html>**

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 42  
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 präsent. Die Hamburger Alvern Media GmbH hat das FillBoard™, Werbung an Zapfsäulen, als Outdoor-Medium europaweit in 46 Ländern etabliert und darüber hinaus DoorMedia™ (Türbeklebung) in Deutschland eingeführt. Im deutschen und österreichischen Markt hat Alvern über 240.000 Werbeflächen im Portfolio; europaweit bietet das Unternehmen rund 600.000 Werbeflächen. In Deutschland sind mehr als 9.500 Tankstellen mit FillBoard™ ausgerüstet. Dies entspricht 76 Prozent des gesamten Tankvolumens. Darüber hinaus können bundesweit über 2.000 Stationen unterschiedlicher Mineralölgesellschaften mit DoorMedia™ belegt werden. Riesenposter auf Tankstellendächern 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).