



GRPNet Deutschland

20 Millionen

Menschen erreichen*

WallDecaux
Premium Outdoor Sales

Quellenangaben

¹ ma Plakat 2010

² World Resources Institute

³ Statistisches Bundesamt Deutschland 2009

⁴ Statistisches Bundesamt Deutschland 2009
(insgesamt 51,6 Mio.)

⁵ MiD 2008

* Titelseite: ma Plakat 2010



Deutschlandweit mehr erreichen

Mit dem GRPNet Reichweite potenzieren

Die Vielfalt und die wachsende Zahl der Medien machen es heute schwer, breit gefächerte Zielgruppen zu erreichen – und schnell hohe Reichweiten zu erzielen. Der Außenwerbung kommt daher eine immer größere Bedeutung zu, denn sie ist immer dort, wo sich Menschen aufhalten.

In Zeiten wachsender Mobilität punktet das Out-of-Home-Medium City Light Poster (CLP) mit seiner Omnipräsenz im gesamten Stadtbild. Ob in Wartehallen oder Stadtinformationsanlagen an Hauptverkehrsstraßen: Ein gleichmäßiger Werbedruck und eine flächendeckende Streuung garantieren hohe Kontaktzahlen und eine reichweitenstarke Kommunikation. So erzielen CLP bei einer Belegung aller deutschen Städte eine nationale Reichweite von mehr als 66 Prozent und erreichen rund 46,6 Millionen Menschen pro Woche.¹

Genau diese Stärken der City Light Poster waren für WallDecaux Anlass, ein ganz neues Produkt zu entwickeln: das GRPNet – ein deutschlandweites CLP-Angebot zur Optimierung der Reichweiten und der Kampagneneffizienz. Warum auch Ihr Mediamix vom GRPNet profitieren kann, lesen Sie auf den nächsten Seiten!



51%

der Weltbevölkerung
leben in Ballungsräumen²

63%

der Deutschen leben
heute im Stadtgebiet³

Anziehungspunkt City. Keine Frage, die Städte sind begehrt als je zuvor. Schon heute leben über die Hälfte aller Menschen in Ballungsgebieten – in Deutschland sind es sogar über 60 Prozent.⁴ Für die Kommunikation ist Präsenz in der City daher ein absolutes „Muss“. Mit dem GRPNet von WallDecaux beispielsweise sind Ihre Kampagnen in allen deutschen Millionenstädten zu sehen – und in weiteren 26 Städten mit über 100.000 Einwohnern auf insgesamt 5.550 CLP-Flächen. **Also genau dort, wo Ihre Zielgruppe ist – an Top-Standorten mitten in der Stadt!**

30 Städte im GRPNet mit über 100.000 Einwohnern

Berlin, Hamburg, München, Köln, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Bremen, Leipzig, Dresden, Nürnberg, Mannheim, Karlsruhe, Münster, Augsburg, Aachen, Freiburg im Breisgau, Rostock, Saarbrücken, Ludwigshafen am Rhein, Potsdam, Ingolstadt, Ulm, Göttingen, Wolfsburg, Reutlingen, Remscheid, Gera, Kaiserslautern, Gütersloh

90 %

der Bevölkerung sind
täglich unterwegs⁵

Ø 39 km

legt jede Person täglich zurück⁵

603 %

Verkaufszahlen-Entwicklung
von Navigationsgeräten

Mobile Zielgruppen. Wir sind so viel unterwegs wie nie zuvor. Mehr als das Doppelte an Zeit als noch vor einigen Jahrzehnten verbringen wir außer Haus – rund 84 Minuten am Tag.⁵ Mobilität ist Trend – das belegen auch die technischen Entwicklungen: Mobile Endgeräte oder Anwendungen wie Augmented Reality – die Nutzer möchten Information und Unterhaltung „to go“. Genau das macht das GRPNet von WallDcaux so effektiv: **Mit dem neuen CLP-Angebot bringen Sie die Werbung direkt zu den Menschen – und das 24 Stunden am Tag.**

Erhöhte Mobilität*

Anzahl der Wege zum Ziel pro Tag:

Schule	17 Mio. Wege
arbeitsbedingt	38 Mio. Wege
einkaufen	50 Mio. Wege
priv. Erledigungen	34 Mio. Wege
begleitend	23 Mio. Wege
Arbeit	19 Mio. Wege
Freizeit	92 Mio. Wege

* Quelle: ma Intermedia, MiD 2008

Der optimale Werbedruck

Das perfekte GRP-Niveau. Mehr Einwohner, mehr Medien, mehr Werbedruck. Um das neue, deutschlandweite GRPNet so exakt wie möglich an die Rahmenbedingungen der jeweiligen Stadt anzupassen, hat WallDecaux die Anzahl der Werbeflächen für einen kompetitiven Werbedruck optimiert. Speziell für die werberelevanten Zielgruppen wurden dafür unterschiedliche GRP-Niveaus in den Städten definiert und damit die Anzahl der Werbeflächen festgelegt. **Das WallDecaux-GRPNet ermöglicht so national rund 178 Millionen Kontakte wöchentlich bei einer nationalen Nettoreichweite von 30 Prozent.¹**

178 Mio.

Erreichte Kontakte bei Belegung von 1 Woche*

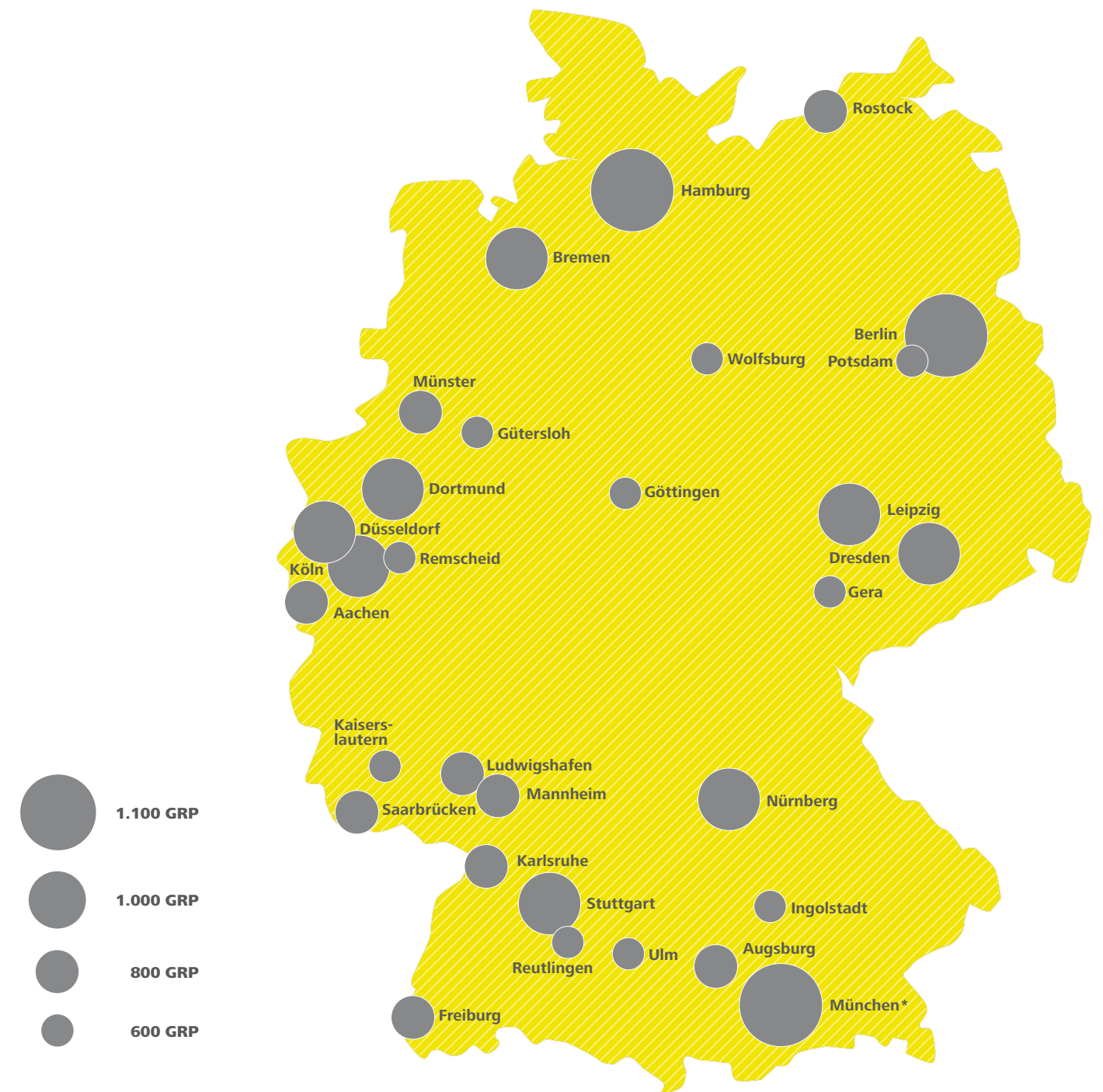
30 %

nationale Nettoreichweite*

20 Mio.

Erreichte Anzahl an Personen bei Belegung von 1 Woche*

*Quelle: ma Plakat 2010; Zielgruppe: 14+



*Belegung des Standardteilnetzes (500 CLP) in München GRP > 1.100
Vermarktung im Auftrag der DSMDecaux GmbH

Weitere Städte auf Anfrage

1.100 GRP

1.100

Werbeflächen in Berlin

Anzahl regionaler Medien

Berlin



11 Zeitungen



27 Radiosender



69 Kinos

Berlin, Kurfürstendamm

600

Werbeflächen in Hamburg

Anzahl regionaler Medien

Hamburg



10 Zeitungen



11 Radiosender



20 Kinos

Hamburg, Mönckebergstraße

1.000 GRP

250

Werbeflächen in Düsseldorf



Düsseldorf, Königsallee

Anzahl regionaler Medien

Düsseldorf



8 Zeitungen



2 Radiosender



9 Kinos

280

Werbeflächen in Stuttgart



Stuttgart, Königstraße

Anzahl regionaler Medien

Stuttgart



7 Zeitungen



14 Radiosender



11 Kinos

800 GRP



125
Werbeflächen
in Münster

Anzahl regionaler Medien

Münster



4 Zeitungen



2 Radiosender



4 Kinos

Münster, Ludgeristraße



103
Werbeflächen
in Karlsruhe

Anzahl regionaler Medien

Karlsruhe



1 Zeitung



8 Radiosender



5 Kinos

Karlsruhe, Kaiserstraße

600 GRP

55

Werbeflächen in Ulm

Anzahl regionaler Medien

Ulm



4 Zeitungen



7 Radiosender



4 Kinos

Ulm, Hirschstraße



80

Werbeflächen in Potsdam

Anzahl regionaler Medien

Potsdam



3 Zeitungen



9 Radiosender



3 Kinos

Potsdam, Nuthestraße

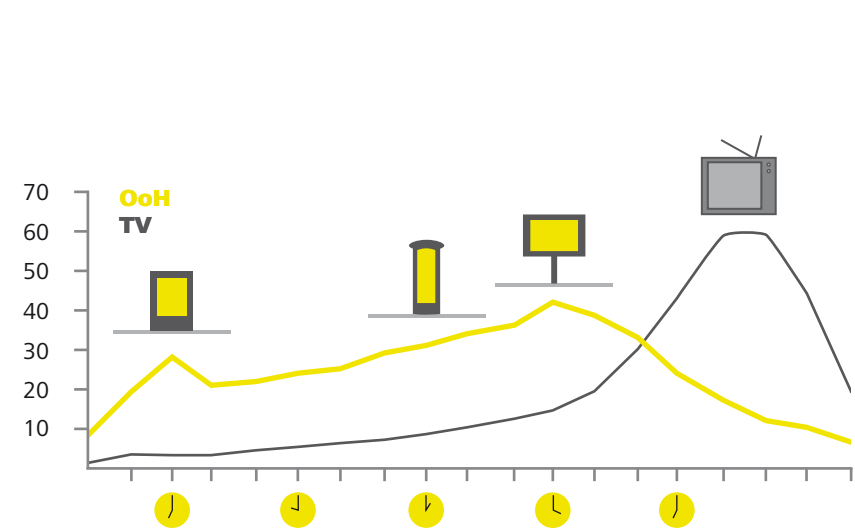


Mehr Effizienz im Mediamix

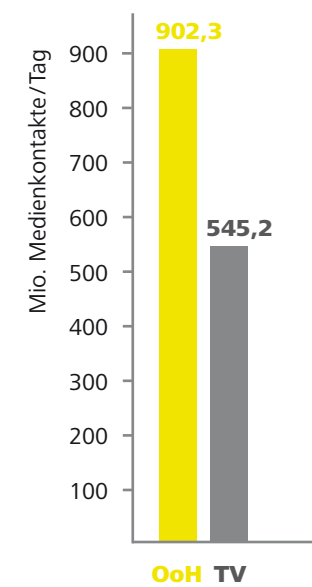
Verkaufsmotor Out-of-Home-Medien. Out-of-Home-Medien sind ein maßgeblicher Leistungsfaktor im Mediamix. Neueste Wirkungsanalysen zeigen einen deutlich besseren ROI beim Einsatz von Außenwerbung.

Im Vergleich zu Monokampagnen lässt sich der Kampagnen-ROI beim Einsatz von Out-of-Home-Medien im Mediamix um fast zehn Prozent steigern. TV ist im Mix mit dem Medium Plakat sogar fast doppelt so stark! **Täglich mehrfache Kontakte mit der Kampagne über das GRPNet erhöhen dabei den Wiedererkennungswert signifikant.**

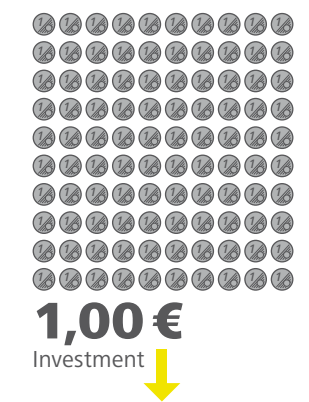
Erhöhter Wiedererkennungswert*



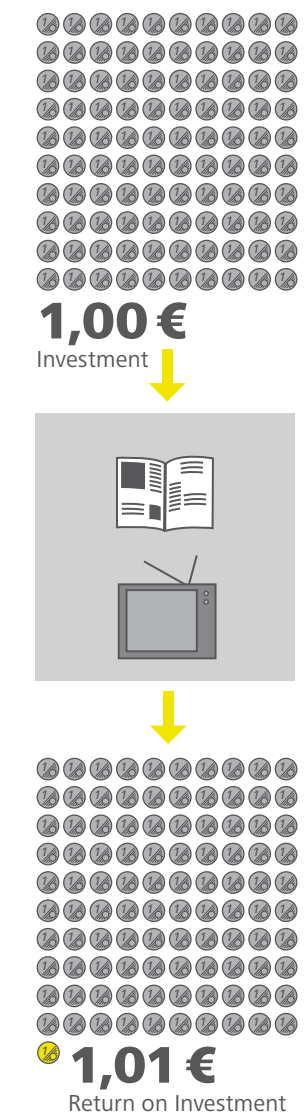
* Quelle: ma Intermedia



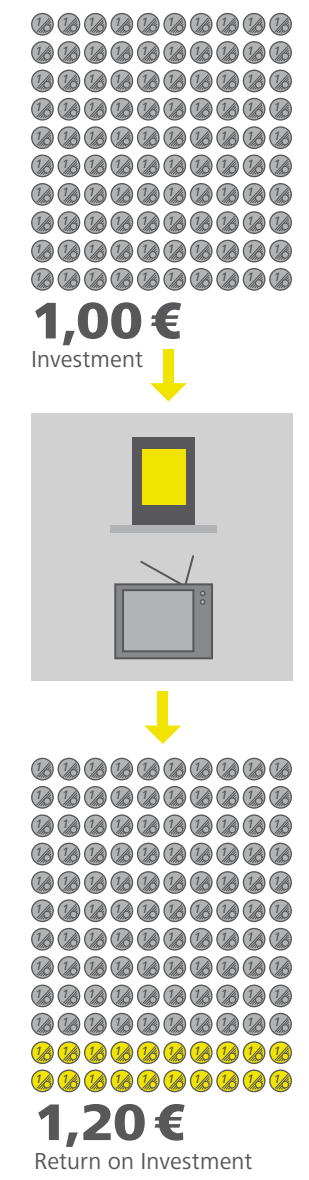
Return of Investment bei TV-Monokampagnen (n = 13)



Return of Investment bei Mediamix TV und Print ohne Plakat (n = 63)



Return of Investment bei Mediamix TV und Plakat (n = 33)



Quelle: FAW „Wirkung von Out-of-Home im Mediamix“

WallDecaux

Premium Outdoor Sales

WallDecaux

Ein Unternehmensbereich der Wall AG

Unternehmenszentrale Wall AG

Friedrichstraße 118 // 10117 Berlin

T +49 30 33899-333

info@walldecaux.de

www.walldecaux.de

