

# Einzelelektierbare Großformate



BERND SEIBOLD,  
Geschäftsführer der awk.

*Hauptschwerpunkt der awk als zweitgrößtem Anbieter im deutschen Außenwerbemarkt und Marktführer im Segment Großflächen am Point of Sale sind die einzelelektierbaren Großformate.*

**W**ir haben mit **Bernd Seibold**, Geschäftsführer der awk über Ziele und Strategieansätze des Unternehmens und dessen Ausrichtung auf der MediaBudget 2008 gesprochen.

**Wie kam es zu der Entscheidung, als Außenwerbeanbieter an der MediaBudget teilzunehmen?**

**B.S.:** Die MediaBudget stellt für uns eine ideale Plattform dar, unser Unternehmen im Segment Außenwerbung zu präsentieren. Für Werbungtreibende sind die Kommunikationskanäle zur Absatz- und Imagesteigerung heute sehr facettenreich. Der Ansatz, mit der Messe alle Medienformen unter einen Hut zu bringen, ist genau richtig.

**Welche unternehmerischen Ziele haben Sie sich für die MediaBudget gesteckt?**

**B.S.:** Wir möchten die Messe nutzen, unser nationales Profil im deutschen Außenwerbemarkt zu schärfen. Die klassischen Großformate bieten ein enormes Potenzial, vor allem, wenn diese im Rahmen eines individuellen Mediamix intelligent und somit budgetoptimierend eingesetzt werden.

Attribute wie Einzelelektierbarkeit, werben ohne Streuverluste, flächendeckende Präsenz und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis werden im Fokus der Messe-Kommunikation stehen – ergänzt natürlich um den Bereich Plakatwerbung am Point of Sale.

**Außenwerbung am PoS: Worin sehen Sie hier die Vorteile?**

**B.S.:** 62,8 Prozent aller Kaufentscheidungen werden erst am PoS getroffen. Hierdurch bietet sich für Werbungtreibende die beste Chance, Zielgruppen in kaufaffiner und beeinflussbarer Stimmung zu erreichen. Auf Basis des LEH-Gesamtumsatzes sprechen wir von einem beeinflussbaren Volumen von ca. 132 Mrd. €. Investitionen in PoS-Medien rechnen sich, denn Werbebotschaften sind nachweislich am effektivsten, wenn sie unmittelbar vor der Kaufentscheidung empfangen werden.

**Wie nehmen Ihre Kunden dieses Angebot an?**

**B.S.:** Die Investitionen zur Generierung vielfältiger Marktdaten im PoS-Bereich haben sich gelohnt. awk hat sich zum anerkannten Spezialisten entwickelt, der anbieterübergreifend Kampagnen listungs- und zielgruppenspezifisch modellieren kann. Hier haben wir enorme Ausweitungen bei Bestandskunden und die höchsten Zuwächse bei Neukunden. Das Medium funktioniert, den Erfolg bestätigt aktuell auch Nielsen: Es wurden vier Studien durchgeführt, die den Abverkauf der Produkte beim Einsatz von Plakatwerbung am PoS gemessen haben. Bei allen Studien konnten deutliche Absatzsteigerungen testiert werden. Auf der Website [www.awk.de](http://www.awk.de) finden sie alle wesentlichen Informationen und diverse neue PoS-Tools, die unseren Kunden einfach und schnell die Möglichkeit bieten, sich näher mit diesem Thema zu beschäftigen.