

OoH CrossSolution lenkt ÖV-Pendler ins Ziel

360° Aussenwerbung zur Eröffnung von «Migros / Welle7»

Kunde

Die Genossenschaft Migros Aare, die grösste Migros Genossenschaft der Schweiz, platzierte mit dem Shoppingcenter «Welle7» im Bahnhof Bern PostParc ein neues Konzeptcenter. Damit erweitert sie die Angebots-Palette an einem der zentralen Mobilitätsknotenpunkte der Schweiz und bietet auf rund 10 000 Quadratmetern einen vielfältigen Mix aus Shops, Gastronomie, Bildung, Dienstleistungen und Business.

Herausforderung

Im Rahmen der Neueröffnung sollen sowohl Berns Bevölkerung als auch die rund 250 000 ÖV-Pendlerinnen und -Pendlern im Zentrum von Bern täglich angesprochen werden. Insbesondere am und um den Standort Bahnhof Bern sollen Pendlerströme auf die neuen Angebote von «Migros / Welle 7» aufmerksam gemacht und direkt an den neuen POS geleitet werden.

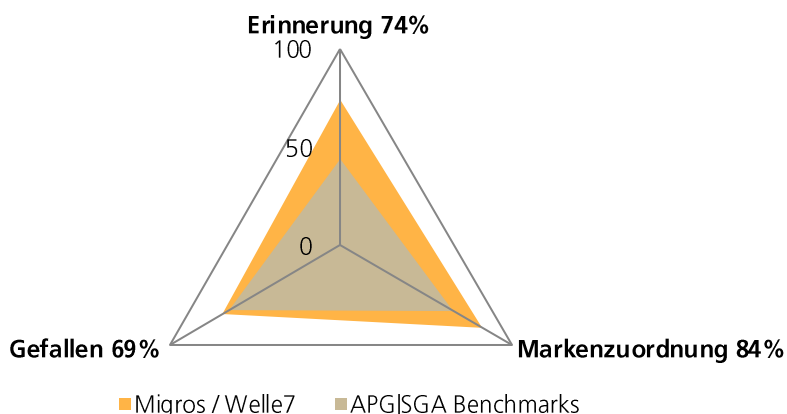
Umsetzung

- Mediamix: Out of Home Monostrategie
- Kampagne: OoH CrossSolution mit Station Full Branding im Bahnhof Bern
- Aussenwerbeformate: Belegung sämtlicher analoger und digitaler Aussenwerbeformate und -flächen, Spezialumsetzungen, Verkehrsmittelwerbung innen und aussen sowie Promotion (Sampling)
- Gestaltung: spielerische Umsetzung der Pin-Geopositionierungshilfe
- Messung der Werbewirkung: Erinnerung, Markenzuordnung und Werbeformate



Ergebnis

- **Hohe Kampagnen-Wahrnehmung:** 74% aller Befragten erinnerten sich daran, die Kampagne kürzlich gesehen zu haben. Davon konnten 84% die Marke «Migros / Welle7» richtig zuordnen, und 69% der Befragten gefiel diese Kampagne «gut bis sehr gut». Alle Werte liegen klar über den Benchmarks von APG|SGA.



Klare Gestaltung
+ **360° OoH Kampagne**
mit **hohem Werbedruck**
+ **gezielte Platzierung**
= **wirkungsstarker Aussenwerbeauftritt**

- Am besten wurde die OoH CrossSolution Kampagne von 15-29 Jährigen erinnert (83%); von den ÖV-Nutzern in der Region Bern erinnerten sich 77%.

Studie zur Wirkung von OoH CrossSolution

Impactstarker Auftritt

«Wir haben uns für Out of Home entschieden, weil sich die Pendler im Bahnhof von Plakaten, eBoards oder ePanels leiten lassen.»

Barbara Trachsel, CEO/Managing Partner Republica AG
(Werbeagentur der Genossenschaft Migros Aare)

Gegenstand und Ziel der Studie

- CrossSolution-Wirkung von Aussenwerbung zur Eröffnung vom Shoppingcenter «Welle7» für Migros in Bern

Testanlage

- Befragungsgebiet: Pendelgebiet Westmittelland (WG 34)
- Repräsentative Stichprobe: n=320
- Alter: 15-59 Jahre
- Probanden: Personen, die in den letzten 7 Tagen an mindestens 3 Tagen in der Stadt Bern unterwegs waren
- Vorgehen: persönliche Online-Befragung
- Dauer: maximal 15 Minuten
- Durchführung: 24.-31. August 2016 / Innofact AG (Zürich)

Fragstellungen/Themen

- Soziodemografie der Zielgruppe (Alter, Geschlecht, Altersstruktur, berufliche Stellung, Kaufkraftklasse)
- Aufenthalt in der Region Bern (Häufigkeit)
- Aufenthalt im Bahnhof Bern (Häufigkeit)
- ÖV Nutzung (Häufigkeit)
- Wahrnehmung Werbekampagne (gestützt) nach Aussenwerbe-Träger: Erinnerung, Markenzuordnung und Gefallen sowie Kampagnen-Effekt
- Kampagnen-Aussage



Das Station FullBranding im Bahnhof Bern war nicht zu übersehen.



Die Fahrt im ÖV räumt den Pendlern genug Zeit für Werbung ein.



QR Code zum Youtube-Video



Weitere Informationen

www.apgsga.ch
APG|SGA
Allgemeine Plakatgesellschaft AG
Christof Hotz, Leitung Marktforschung
Giesshübelstrasse 4
Postfach, 8027 Zürich
T +41 58 220 78 45
christof.hotz@apgsga.ch