

6 Fakten zur Prospekt- werbung

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

zugegeben – Werbung kennt heute viele Formate: Online- und Content-Marketing, Social Media; dazu Film, Funk, Fernsehen, Out-of-Home und einige mehr. Spielt da die Prospektwerbung noch eine große Rolle?

Die Antwort ist ein klares Ja. In Mediaplanung und Handelsmarketing ist bekannt, dass die Prospektwerbung eine abverkaufsstarke Werbeform ist, die in Effizienz, Vertrauenswürdigkeit und Reichweitenstärke seinesgleichen sucht. Damit auch Sie einen Überblick über die vielen zählbaren Argumente für diese unverzichtbare Werbegattung bekommen, haben wir diese im vorliegenden Flyer kompakt zusammengefasst.

Manchmal scheint es, als ob im Internetzeitalter nur digitale Werbeformate funktionieren. Aus einem guten Kommunikationsmix sind diese sicherlich nicht wegzudenken. Leider geraten dabei klassische Formate wie der gedruckte Prospekt ins Hintertreffen und werden unterschätzt – vielleicht auch deshalb, weil neue Werbeformen stets als moderner empfunden werden. Dabei führt der gewöhnliche Handzettel die Menschen nach dem Durchblättern direkt ins Geschäft, zum Produkt – und an die Kasse. Der Effekt ist vor Ort deutlich spürbar.

Fazit: Aus der Handelswerbung sind Prospekte nicht wegzudenken. Sie sorgen für sichere Kundenfrequenz, höheren Abverkauf, mehr Orientierung beim Einkauf – und besitzen eine extrem hohe Akzeptanz bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Und nun viel Vergnügen mit unseren Fakten zur Prospektwerbung.

Mit freundlichen Grüßen



Sebastian Schaeffer



Sebastian Schaeffer
Geschäftsführer BVDA,
Leiter Markt- und Mediaservice

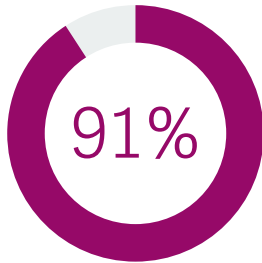
**„Der Prospekt führt die Menschen
nach dem Durchblättern direkt
ins Geschäft, zum Produkt – und
an die Kasse.“**

NR. 1: HOHE REICHWEITE

So geht Touchpoint Targeting.

Hohe Reichweite

Aufmerksamkeit garantiert: Ob direkt im Briefkasten oder als Beilage im Anzeigenblatt – hier kommt Ihre Botschaft an. Denn mit Prospektwerbung erreichen Sie **91 Prozent der Bevölkerung.**



Quelle: IfD Allensbach 2019, IfD Umfrage 11094, Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahren

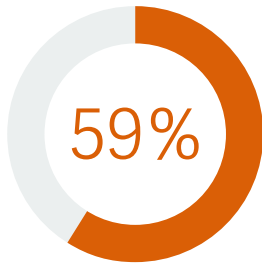


NR. 2: HOHE PUSH-WIRKUNG

**Leute im
Laden statt
Bot Traffic.**

Hohe Push-Wirkung

Frequenzbringer fürs Geschäft:
59 Prozent der Bevölkerung orientieren sich beim Einkauf an Produkten oder Angeboten, die sie zuvor in Prospekten gesehen haben.



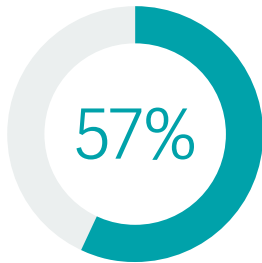
Quelle: IfD Allensbach 2019, IfD Umfrage 11094, Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahren

NR. 3: WICHTIGE ORIENTIERUNGSHILFE

**Local
Influencers.
Seit 1722.**

Wichtige Orientierungshilfe

Seit 1722 versorgen Anzeigenblätter ihre Leser mit News und Tipps für die Region. **57 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung** nutzen die beiliegenden Prospekte, um sich über Angebote in der näheren Umgebung zu informieren.



Quelle: IfD Allensbach 2019, IfD Umfrage 11094, Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahren

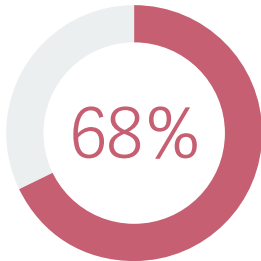


NR. 4: WILLKOMMENES WERBEMITTEL

**Follow-up?
Ausdrücklich
erwünscht.**

Willkommenes Werbemittel

Pluspunkt Print: **68 Prozent der Bevölkerung** bewerten Werbung in Anzeigenblättern positiv*. Werbung auf Websites hingegen wird von nur 37 Prozent der Bevölkerung als positiv* wahrgenommen.



Quelle: best for planning 2019, Basis deutschsprachige Bevölkerung, *positiv = interessant, glaubwürdig, unterhaltend, nützlich, kaufanregend, informativ oder gehört einfach dazu

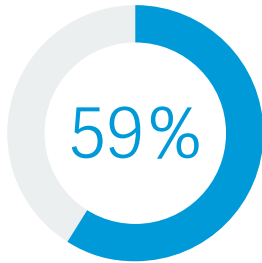


NR. 5: PRINT BEVORZUGT

**Blättern
schlägt
Swipen.**

Print bevorzugt

Das nennen wir „Joy of Use“: Wenn Konsumenten zwischen Prospekten in gedruckter und in digitaler Form wählen könnten, würden sich **59 Prozent** für die Printvariante entscheiden.



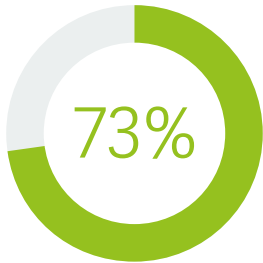
Quelle: IfD Allensbach 2019, IfD Umfrage 11094, Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahren

NR. 6: SCHAUFENSTERFUNKTION

**Mal eben
kurz den Feed
checken.**

Schaufensterfunktion

Das geht bei uns ganz bequem:
73 Prozent der Anzeigenblattleser
blättern die beiliegenden Prospekte
auch durch, wenn sie gar nichts
Bestimmtes suchen.



Quelle: IfD Allensbach 2019, IfD Umfrage 11094, Basis: regelmäßige
Anzeigenblattleser = 45 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren



Kontakt



Der BVDA: Ihr Ansprechpartner rund um Prospektzustellung im Anzeigenblatt.

Sie haben Fragen zur Prospektwerbung, zu Anzeigenblättern oder interessieren sich für eine Belegung oder Buchung? Sprechen Sie uns gerne an.

Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V.

Haus der Presse
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin

Das GPZ-Siegel: Branchenstandard für geprüfte Prospektzustellung.

Durch die GPZ-Zertifizierung liefern viele Verlage einen beeindruckenden Nachweis über ihre Zustellqualität: messbar, transparent und unabhängig bestätigt.

Telefon: 030 72 62 98 - 2818

E-Mail: info@bvda.de

www.bvda.de

www.gpz-siegel.de

