

# Instore Radio und 18/1 Plakate am Point of Sale



## Faktencheck

### Coverage beider Werbeträger im LEH

|  |              |
|--|--------------|
| Instore Radio                                    | 8.973 = 73 % |
| 18/1 Plakate am PoS                              | 4.853 = 40 % |
| Schnittmenge beider Werbeträger im LEH           | 3.720 = 30 % |
| Zusätzlich buchbare LEH-Märkte mit Instore Radio | 5.253 = 43 % |

### Mediakosten Schnittmenge national (10.5 Tage)

|   |                 |
|---|-----------------|
| Instore Radio*                          | ca. 232.987,- € |
| 18/1 Plakate am PoS (Belegungsabhängig) | ca. 764.937,- € |

### Preise pro Markt / Tag im Vergleich

|   |             |
|---|-------------|
| Instore Radio                           | ca. 6,59 €  |
| 18/1 Plakate am PoS (Belegungsabhängig) | ca. 21,65 € |

## Fazit

- Instore Radio bietet das bessere Preis/Leistungsverhältnis:  
Bis zu 70 % geringere Kosten und höchste Netto Reichweite E 14+= 45,3 Mio./64,4%
- Durch Umschichtung (eines Teils) Ihres Plakat-Etats zu Gunsten von Instore Radio optimieren Sie Ihren Mediamix hinsichtlich Effizienz und Reichweite.
- Instore Radio Spots übermitteln die Kerninhalte der TV Werbebotschaft an den Shopper.
- Die Verweildauer der Shopper im Markt erhöht die Werbemittel-Kontaktchancen der Instore Radio Werbung.
- Instore Radio Werbung ist analog der Produktlistung schnell und kurzfristig buchbar.
- Die positive Werbewirkung von Instore Radio ist in über 200 Tests über alle Warengruppen dokumentiert.

## Basisdaten

Angaben der Medien Anbieter 01/2013 \* [Detailplanung auf Abruf – Basis IR-MA](#)