

At-Retail-Media



Coverage Medien am POP

				Medien am POP							
				Indoor						Outdoor	
	Typ	VF	Anzahl Outlets 01/2005*	Instore Radio	Anteil (%)	Floor Graphics	Anteil (%)	Einkaufswagen- werbung	Anteil (%)	Grossfläche	Anteil (%)
LEH	SBW	> 5.000 qm	715	667	93,3	605	84,6	663	99,4	575	80,4
LEH	VM gr.	1.500-5.000 qm	2.525	1.961	77,7	863	34,2	1.448	73,8	1.568	62,1
LEH	VM kl.	800-1.500 qm	5.028	3.685	73,3	345	6,9		0,0	2.048	40,7
LEH	SM	400-800 qm	4.337	1.890	43,6	22	0,5		0,0	760	17,5
LEH	C+C		369	166	45,0		0,0	123	74,1	277	75,1
LEH	Discounter (ohne Aldi)		10.552		0,0	1.009	9,6	2.576	24,4	2.507	23,8
Drogeriemärkte	DM		14.707	502	3,4	2.191	14,9		0,0	49	0,3
Elektro-Fachmärkte	ELE		1.071		0,0		0,0		0,0	8	0,7
Baumärkte	BAU		2.741	1.012	36,9		0,0		0,0	168	6,1
Getränke-Abholmärkte	GAM		15.473		0,0	960	6,2		0,0	514	3,3
Kaufhäuser	KH		1.165		0,0		0,0		0,0	132	11,3
* Trade Dimensions/ M+M											
Quelle: R.E.I.S. Retail Information System 2005, Änderungen vorbehalten											
M.A.I.S. 2005											



Grossfläche

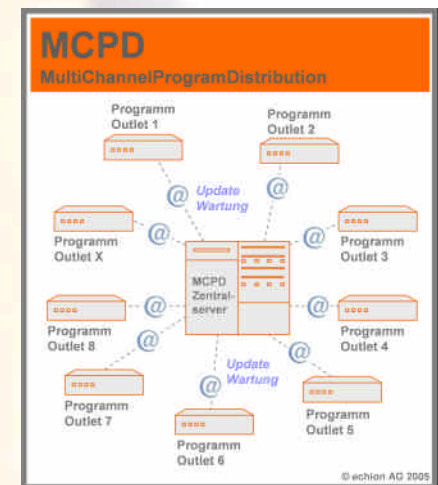
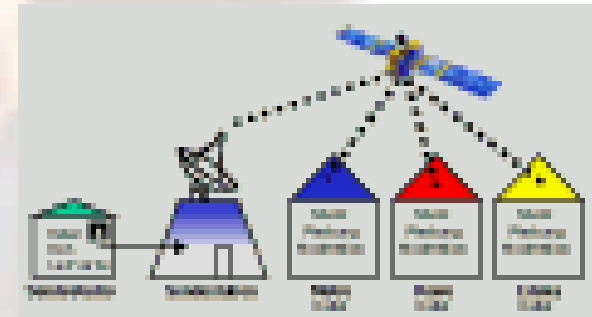
Standort:	Outdoor
Buchungsart:	Stationär, zentral plan- u. buchbar
Medienart:	Konventionelle Medien
Format:	18/1-Plakat (356 x 252 cm)
Standorte:	Outdoor, direkt auf dem Parkgelände oder im unmittelbaren Umfeld eines Marktes (mit Sicht und Wirkung auf das Outlet).
Verbreitung:	Bundesweit einsetzbar, ca. 28.500 Grossflächen an ca. 8.600 Outlets.
Belegungsart:	Bis auf Outlet-Ebene
Mindestbelegung:	1 Dekade (Ø 10,5 Tage)



Quelle: R.E.I.S. (Retail Information System 2005), M.A.I.S. GmbH

InstoreRadio

Standort::	Indoor
Buchungsart:	Stationär, zentral plan- u. buchbar
Medienart:	Elektronische Medien
Format:	Über Satellit bzw. auf Basis der klassischen Radiotechnik, angesteuert über das Internet, wird ein konventionelles Radioprogramm, bestehend aus Musik, Moderationsbeiträgen und Werbung analog der Geschäftsöffnungszeiten in die einzelnen Outlets gesendet.
Standorte:	Indoor erfolgt eine flächendeckende Beschallung im Outlet.
Verbreitung:	Bundesweit einsetzbar, ca. 10.000 Outlets
Belegungsart:	Bis auf Outlet-Ebene.
Mindestbelegung:	Spot



Quelle: R.E.I.S. (Retail Information System 2005), M.A.I.S. GmbH

Einkaufswagenwerbung

Standort::	Indoor
Buchungsart:	Stationär, zentral plan- u. buchbar
Medienart:	Konventionelle Medien
Format:	Gestaltungsfläche ca. 28 x 20 cm. Laminiertes Plakat.
Standorte:	An der Innen- und Aussenseite (2 Seiten) des vorderen Einkaufswagenparts in Blickrichtung befestigt.
Verbreitung:	Bundesweit einsetzbar, ca. 4.800 Outlets
Belegungsart:	Bis auf Outlet-Ebene.
Mindestbelegung:	4 Wochen



Quelle: R.E.I.S. (Retail Information System 2005), M.A.I.S. GmbH



FloorGraphic

Standort:	Indoor
Buchungsart:	Stationär, zentral plan- u. buchbar
Medienart:	Konventionelle Medien
Format:	Gestaltungsfläche ca. 1m ² . Spezielle laminierte PVC-Folie, selbstklebend und rutschfest. Auch 3-D-Effekt möglich.
Standorte:	Meist direkt vor dem Regal (Stammplatzierung) des beworbenen Produktes, bzw. im Eingangsbereich/Check-In des Marktes.
Verbreitung:	Bundesweit einsetzbar, ca. 6.000 Outlets.
Belegungsart:	Mind. 50 Outlets.
Mindestbelegung:	4 Wochen



Quelle: R.E.I.S. (Retail Information System 2005), M.A.I.S. GmbH