

## Pressemitteilung

### Hohe Akzeptanz für Digital Signage in Getränkemarkten

Köln, 03. 09. 2008 Die REWE FÜR SIE legte jetzt die ersten Marktforschungsergebnisse für die an das zentral gesteuerte Digital Signage System angeschlossenen Getränkemarkte vor. Die Werte bestätigen, dass die Kunden Information und Werbung am POS durch Flachbildschirme positiv aufnehmen.

Im Juni 2008 rüstete die REWE FÜR SIE 21 Getränkemarkte (GFM) ihrer Partner mit einem Digital Signage System aus. Jetzt wurden die Kunden dieser Märkte befragt, wie sie diese Form der POS-Werbung beurteilen, welche Aufmerksamkeit sie erregt und welche Wünsche noch offen bleiben.

Befragung und Auswertung führte die VMI (Visual Merchandising Initiative e. V., Köln) durch. Befragt wurden 258 Kunden in mehreren Märkten zu unterschiedlichen Tageszeiten. Männer kaufen in den GFM zu 68,4% ein, der Frauenanteil von 31,6% ist für diese Branche als hoch einzustufen. Bei den Altersgruppen dominieren die 36 bis 45jährigen (33,6%) und die 46 bis 55jährigen (34,0%). Der geringe Anteil der jüngsten Altersgruppe (15-25 Jahre, 9,9%) lässt den Schluss zu, dass in diesen Märkten der billigste Preis nicht die entscheidende Rolle spielt. Der hohe Anteil der Kunden, die mindestens einmal pro Woche einkaufen (44,2%) weist darauf hin, dass diese Märkte wohngebietsnahe Standorte haben. Nahezu 52% der Kunden nehmen sich viel Zeit beim Einkaufen, nämlich mindestens fünf und bis mehr als 10 Minuten.

Mit der Note 1,6 (Schulnotensystem) beurteilen die Kunden ihren GFM hinsichtlich Angebot und Service hervorragend.

Die Frage, ob ihnen die modernen Flachbildschirme im Markt aufgefallen sind, bejahten 56,7 Prozent. Das gibt einen Hinweis darauf, dass die Monitor-Standorte überprüft werden sollten. Über 15% der Kunden geben an, dass ein Werbespot am Bildschirm das Interesse geweckt hat, Produkt zu probieren. Und 25,3% räumen ein, dass die Bildschirm-Werbung sie zum Kauf anregen kann. Diese beiden Werte sind im Vergleich deutlich besser als bei klassischer Fernseh-Werbung.

Nahezu alle Kunden (97,4%) sind der Auffassung, dass ein so modernes Medium gut in einen modernen Markt passt, und sie empfinden diese Technik keinesfalls als störend bei ihrem Einkauf. Nicht gerade überschwänglich benoten sie allerdings die informative Qualität und Aktualität der Spots: Die Schulnote 4,1 sollte die Hersteller anregen in dieser Hinsicht besser zu werden. Dagegen machen sich die Kunden Gedanken darüber, wozu die Bildschirme am



#### **PRESEMELDUNG**

FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG  
Artur Rogoszynski  
An der Münze 12-18  
50668 Köln  
Telefon +49 221 16041-230  
Telefax +49 221 16041-810

artur.rogo@fuer-sie-eg.de  
www.fuer-sie-eg.de

POS noch eingesetzt werden könnten. Sie können sich durchaus an dieser Stelle mehr Unterhaltung vorstellen und sogar aktuelle Kurzsendungen aus den Sparten Nachrichten, Wetter und Sport.

//