

Werbung auf Rädern

- **Deutsche Post startet Pilotprojekt Autowerbung in Köln**
- **Transparente Erfolgskennzahlen durch neues GPS-Tracking**

Bonn, 7. Januar 2013: Die Deutsche Post bietet Werbetreibenden zukünftig ein neues Produkt im Bereich der Außenwerbung (Out-of-Home): die „Deutsche Post Autowerbung“. Sie vermittelt dabei zwischen Unternehmen, die Autos als Werbeträger nutzen möchten, und PKW-Besitzern, die ihr Fahrzeug als Werbefläche zur Verfügung stellen wollen. Mit Hilfe eines zum Patent angemeldeten Tracking-Verfahrens werden die jeweiligen Fahrtrouten per GPS aufgezeichnet und darauf aufbauend berechnet, wie viele Personen mit hoher Wahrscheinlichkeit die jeweilige Werbekampagne gesehen haben. Hierdurch haben Unternehmen endlich die Möglichkeit, den Erfolg ihrer Kampagnen zielgruppenspezifisch zu planen und unmittelbar auszuwerten.

„Mit Deutsche Post Autowerbung platzieren wir eine neue Lösung im Out-of-Home-Segment, mit der wir zum einen diese Art von Werbung plan- und messbar machen und zum anderen die Prozesskomplexität spürbar reduzieren“, erläutert Clemens Beckmann, Executive Vice President Innovationen BRIEF, Deutsche Post AG.

Die Deutsche Post bietet dabei interessierten Werbetreibenden alles aus einer Hand: von der Vermittlung der Kunden über die Entwicklung modellübergreifender Designstandards bis hin zur Beklebung der Autos an Tankstellen des Kooperationspartners Aral. Darüber hinaus sorgt sie dafür, dass die Kampagnen schnell, flexibel und zielgruppengerecht umgesetzt werden und die Unternehmen am Ende aussagekräftige Reportings erhalten.

PKW-Besitzer können an dem Projekt Autowerbung teilnehmen, wenn ihr Auto maximal fünf Jahre alt ist und sie mindestens 8.000 Kilometer im Jahr fahren. Im Gegenzug erhalten sie pro Monat einen Tankgutschein in Höhe von 70 Euro, einen Gutschein für eine Autowäsche und ein Navigationsgerät des Kooperationspartners Garmin. Die darüber aufgezeichneten Fahrtrouten werden nur in anonymisierter Form an die werbenden Unternehmen weitergegeben.

„Die steigende Mobilität der Gesellschaft und die immer größere Verbreitung des mobilen Internets machen mobile Autowerbung für Unternehmen so interessant“, gibt Clemens Beckmann einen Einblick in weitere Vorteile des Produktes. „Deutsche Post Autowerbung spielt mitten im Leben und erreicht die Konsumenten direkt an den Touchpoints.“

Die mobile Autowerbung startet im März 2013 als Pilotprojekt mit zunächst 200 PKW-Besitzern in Köln. Interessenten können sich ab sofort über die Homepage www.deutschepost.de/autowerbung registrieren.

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter <http://www.dp-dhl.de/pressemitteilungen>

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Media Relations

Alexander Edenhofer

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

E-Postbrief: pressestelle.konzern@dphl.epost.de

Im Internet: www.dp-dhl.de/presse

Folgen Sie uns: www.twitter.com/DeutschePostDHL

Entdecken Sie unter www.dp-dhl.de/delphi-magazin die Megatrends der Zukunft.

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2011 einen Umsatz von 53 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter www.dp-dhl.de