

## Mobil und markentreu



©BMW

Ständig unterwegs und dadurch für Werbung schwer zu erreichen: Die Zielgruppe Autofahrer. anspruchsvoll, probierfreudig – und hören gerne Radio.

Über 4,5 Millionen Menschen in Deutschland sind jedes Jahr mehr als 20.000 Kilometer im Auto unterwegs und verbringen dadurch eine Menge Zeit in ihrem Gefährt. Eine Zielgruppe, die für Werbungtreibende nur schwer zu fassen ist, aber durchaus Ansprache verdient. Das zeigt jedenfalls eine Sonderauswertung der **Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA**, die Radiovermarkter **RMS** in seinen aktuellen Medianews veröffentlicht. Dennoch sind Autofahrer markentreu,

Die Zielgruppe Autofahrer liest sich wie der Traum eines jeden Marketingleiters: 42 Prozent sind zwischen 20 und 39 Jahre alt, 25 Prozent haben Abitur, 86 Prozent sind berufstätig, 57 Prozent verfügen über ein persönliches Nettoeinkommen von 1.500 Euro und mehr. Gleichzeitig ist ihr Markenbewusstsein deutlich stärker ausgeprägt als das Preisbewusstsein. 28 Prozent der Autofahrer geben an, dass sie "auch bei Produkten des täglichen Lebens sehr anspruchsvoll sind", bei der Gesamtbevölkerung sagen dies nur 17 Prozent. Gleichzeitig probieren laut VuMA 39 Prozent dieser mobilen Menschen "gerne mal neue Produkte aus" und 21 Prozent geben "häufig mehr Geld aus, als sie sich vorgenommen haben". Aber auch bei den Autofahrern sind immerhin 21 Prozent ständig auf der Suche nach Billigangeboten, in der Gesamtbevölkerung sind es 31 Prozent.

Werbung hat gute Chancen bei dieser Zielgruppe, denn Autofahrer haben laut der Sonderauswertung ein überdurchschnittliches Interesse an Informationen zu Produkten, allen voran aus den Bereichen Telekommunikation, Autos, technischen Geräten und Reisen. Besonders Radiowerbung kann demnach Gehör zu finden, denn laut VuMA liegt der Anteil der autofahrenden Hörer pro Tag bei 90 Prozent, in der Gesamtbevölkerung sind es 81 Prozent. Weitere Informationen gibt es unter [www.rms.de](http://www.rms.de). (fs)

Quelle: [www.mediaundmarketing.de](http://www.mediaundmarketing.de) 15.12.03