

# Apropos Reichweite

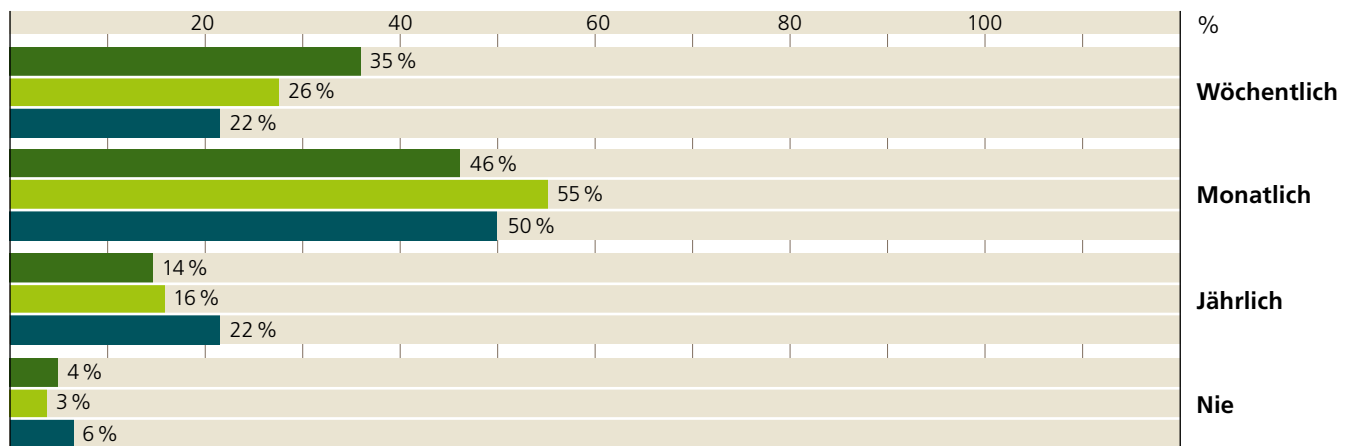
## Möchten Sie täglich 545 000 Personen erreichen?

Über 70 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer besuchen mindestens einmal im Monat eine Poststelle. Die weitaus meisten von ihnen brauchen dazu nicht einmal ein Fahrrad. Denn im Schnitt ist die nächste Poststelle in weniger als einer halben Stunde zu Fuss erreichbar. Pro Jahr besuchen uns so 150 Millionen Privat- und Geschäftskunden – oder 545 000 pro Tag.

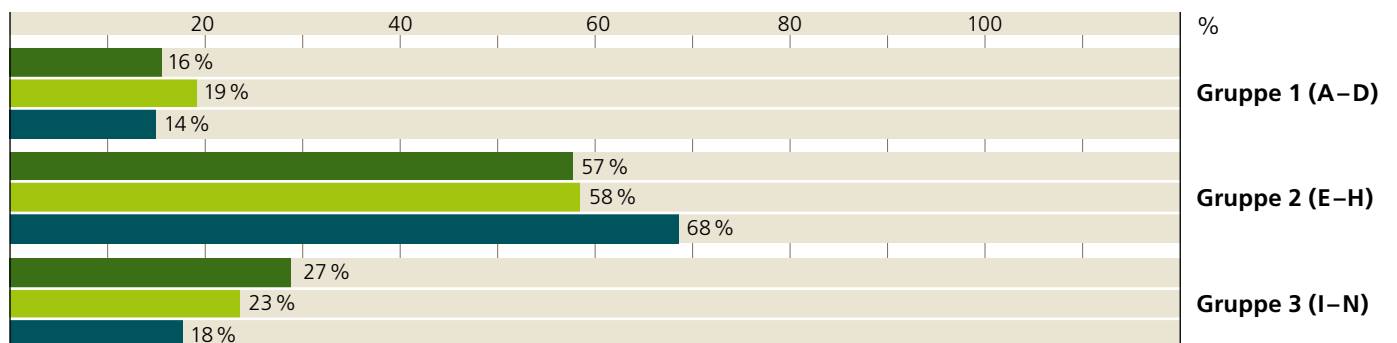
Dieses Potenzial abzuschöpfen, ist ein Kinderspiel. Die grösste Werbewirkung erzielen Sie mit einer Präsenz ab zwei Wochen. Ab dieser Dauer ist das Risiko, dass Ihre Werbung übersehen wird, verschwindend klein. Und das gilt für sämtliche Zielgruppen.

### Kundenbesuche in den Poststellen

«Wie häufig gehen Sie zur Post?»



«Auf welche Poststelle gehen Sie normalerweise?»



■ Umfrage 2004  
 ■ Umfrage 2007  
 ■ Umfrage 2010

### Quellen

Umfrage: Bekanntheit andere Markenartikel / GfK Switzerland im Auftrag von Poststellen und Verkauf / Telefonische Umfrage (Telebus) / Umsetzung: Dezember 2010  
 Befragt wurden insgesamt 1451 Personen.  
 Die Studien 2007 und 2004 wurden durch Demoscope umgesetzt.

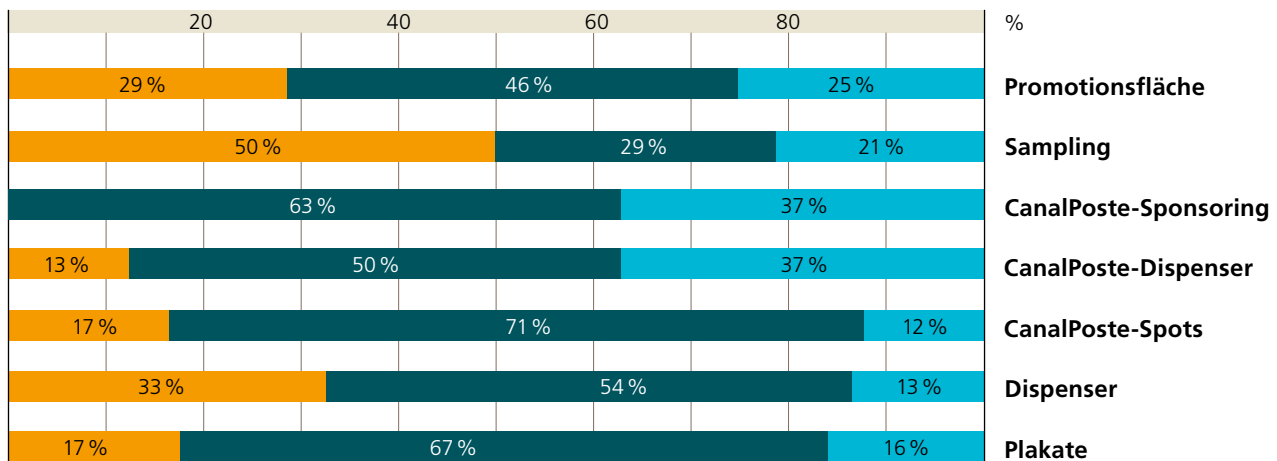
# Fokus PubliPoste

## Was unsere Kunden sagen

Die schweizweite, flächendeckende Promotionsplattform, welche das Angebot von PubliPoste bildet, erfreut sich zunehmender Wahrnehmung und Beliebtheit. Unsere Kunden schätzen namentlich die Möglichkeiten zur gezielten regionalen Feinstuerung von Werbemassnahmen. Mehr und mehr tritt aber für viele eine weitere schlagkräftige Option ins Blickfeld: Sie nutzen die Poststellen als multioptionalen Marketingkanal und treten mit ihren Zielgruppen visuell, physisch und persönlich in Kontakt.

Ein anderes Thema, das in Gesprächen mit PubliPoste-Kunden immer wieder zur Sprache kommt, ist der Imagetransfer. Das Bild der Post als absolut zuverlässiges, seriöses Unternehmen, welches schweizerisches Qualitätsdenken versinnbildlicht, überträgt sich auf das beworbene Produkt oder die angepriesene Marke. Dieser Imagetransfer kommt ganz besonders dann zum Tragen, wenn die Botschaft persönlich übermittelt wird. In einer Umfrage zeigte sich denn auch, dass die Schalterabgabe eines der beliebtesten Angebote von PubliPoste darstellt.

### Bekanntheitsgrad der PubliPoste-Produkte



- Angebot genutzt
- Angebot bekannt
- Angebot unbekannt

#### Quellen

Umfrage PubliPoste: Attraktivität, Image & Bekanntheit des Werbekanals  
 Methodik qualitative, telefonische Interviews / Dauer durchschnittlich 30 Minuten; Instrument offener Gesprächsleitfaden;  
 Universum Kunden von PubliPoste in der Deutsch- und Westschweiz (von PubliPoste gelieferte Adressen /  
 Vollerhebung bei den 51 der wichtigsten Kunden (42de / 9fr-CH)  
 Ausschöpfung 47 %, n= 24 Gespräche im Zeitraum 7. bis 28. Februar 2011

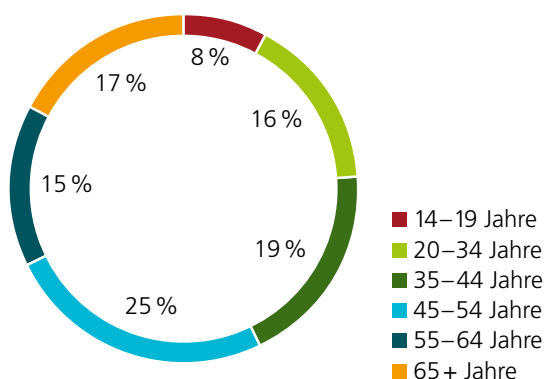
# Poststellenbesucher

## Zahlen und Fakten zum Planen

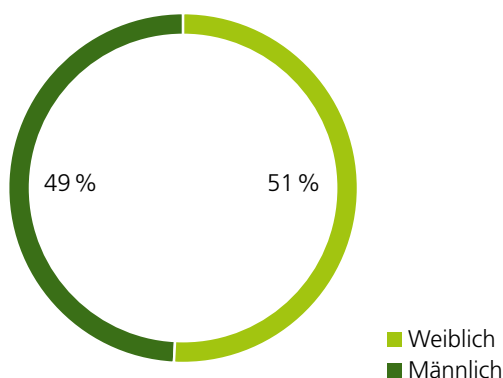
Wenn Sie, wie man so schön sagt, Herrn und Frau Schweizer ansprechen möchten, dann sind Sie bei PubliPoste genau richtig. Denn die Poststellenbesucher bilden ein Spiegelbild der Schweizer Bevölkerung; in Bezug auf Alter ebenso wie in Hinblick auf Faktoren wie Berufstätigkeit, sozialen Status oder Haushaltsgrösse. Das spricht definitiv für Werbung in

den Poststellen, denn hier wird Ihre Botschaft praktisch von der gesamten Schweizer Bevölkerung gesehen; übrigens inklusive jüngerer Zielgruppen. Denn entgegen weitverbreiteten Vorurteilen können offenbar weder E-Mail noch E-Banking der Beliebtheit der Post etwas anhaben.

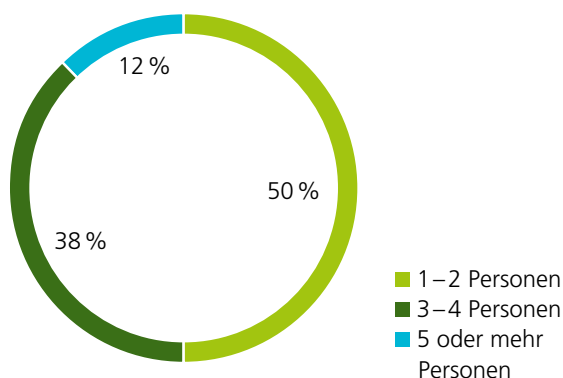
### Aufteilung nach Alter



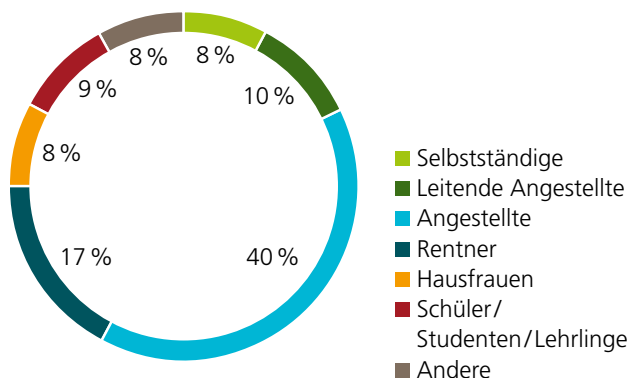
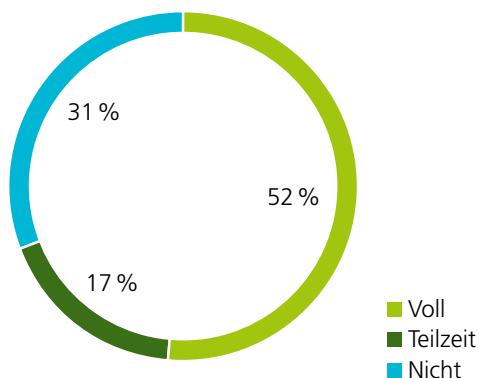
### Aufteilung nach Geschlecht



### Aufteilung nach Haushaltsgrösse

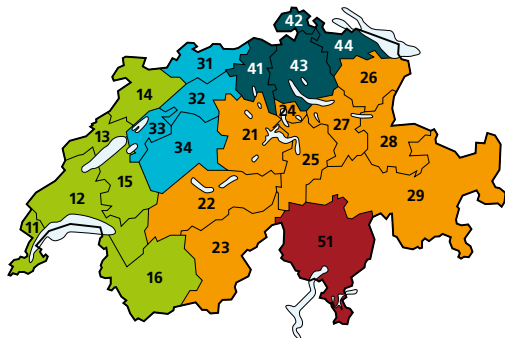


### Aufteilung nach Berufstätigkeit



Ein markanter Vorteil der Werbung in den Poststellen ist die Möglichkeit, nach präzisen Kriterien zu regionalisieren. Eine Kampagne nur in der Romandie? Eine Aktion ausschliesslich im Mittelland? Punktgenau ausgewählte Poststellen einer bestimmten Region? Sie haben die Wahl!

### Wirtschaftsgebiete



#### Regionen

- 1 Westschweiz
- 2 Alpen und Voralpen
- 3 Westmittelland
- 4 Ostmittelland
- 5 Italienische Schweiz

Lassen Sie diese Seite beim Weiterblättern aufgeklappt, so haben Sie jederzeit die Übersicht.

Poststellen nach Sprachgebiet für nationale / sprachregionale Kampagnen				
Sprachgebiet	Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Total
Westschweiz	21	124	338	<b>483</b>
Deutschschweiz	55	385	772	<b>1212</b>
Italienische Schweiz	4	27	122	<b>153</b>
<b>Gesamttotal</b>	<b>80</b>	<b>536</b>	<b>1232</b>	<b>1848</b>

Poststellen nach WEMF-Wirtschaftsgebieten für regionale Kampagnen				
Wirtschaftsgebiet	Gruppe 1	Gruppe 2	Gruppe 3	Total

1 Westschweiz				
11 Genf	5	38	39	<b>82</b>
12 Waadt	7	42	95	<b>144</b>
13 Neuenburg	3	12	33	<b>48</b>
14 Jura	1	9	49	<b>59</b>
15 Freiburg	2	13	60	<b>75</b>
16 Unterwallis	3	10	62	<b>75</b>
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>124</b>	<b>338</b>	<b>483</b>

2 Alpen und Voralpen				
21 Luzern   OW   NW	3	33	62	<b>98</b>
22 Berner Oberland	2	19	36	<b>57</b>
23 Oberwallis	1	5	32	<b>38</b>
24 Zug	1	10	7	<b>18</b>
25 Uri   Schwyz	–	7	22	<b>29</b>
26 St. Gallen   AI   AR	2	30	61	<b>93</b>
27 Glarus   Obersee	1	12	28	<b>41</b>
28 Bündner Unterland	2	12	36	<b>50</b>
29 Bündner Oberland (dt.)	1	11	44	<b>56</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>139</b>	<b>328</b>	<b>480</b>

3 Westmittelland				
31 Basel	7	36	52	<b>95</b>
32 Solothurn	4	23	67	<b>94</b>
33 Berner Seeland	3	10	32	<b>45</b>
34 Berner Mittelland	4	36	85	<b>125</b>
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>105</b>	<b>236</b>	<b>359</b>

4 Ostmittelland				
41 Aargau	3	35	63	<b>101</b>
42 Schaffhausen	1	4	13	<b>18</b>
43 Zürich	18	89	92	<b>199</b>
44 Thurgau	2	13	40	<b>55</b>
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>141</b>	<b>208</b>	<b>373</b>

5 Italienische Schweiz				
51 Tessin	4	27	117	<b>148</b>
29 Bündner Oberland (it.)	–	–	5	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>27</b>	<b>122</b>	<b>153</b>

Stand November 2011; Offerten und Abrechnungen werden jeweils anhand der aktuellsten Poststellenliste erstellt.