

In allen Regionen der Schweiz  
ÖV-Werbung bewegt



# Einsteigen

## ÖV-Werbung in der Schweiz

8 von 9 der in der Schweiz wohnhaften Personen sind täglich «out of home» anzutreffen. Täglich legt jeder Mann, jede Frau im Durchschnitt 37 Kilometer zurück, ist während rund 88 Minuten unterwegs – und nur dort erreichbar: auf dem Weg zur Arbeit, zur Ausbildung, zum Einkaufen, zum Freizeitvergnügen. Ein Grossteil von ihnen benützt die öffentlichen Verkehrsmittel. 2,4 Millionen Menschen sind *jeden Tag* per Bus oder Tram unterwegs. Diese erschliessen die Städte und Agglomerationen in dichter, weltweit einzigartiger Weise. Der Öffentliche Verkehr (ÖV) ist ein idealer Werbeträger und – hinter Plakat und Neon – das drittgrösste Outdoor-Werbesegment in der Schweiz.<sup>1</sup>

## Beachtet und beliebt

ÖV-Werbung wirkt am Puls der Mobilität des gewählten Zielgebiets – mit Wochenreichweiten über 50% (Innenformate) bzw. 80% (Aussenformate). Wie stark die Werbewirkung ist, zeigen verschiedene repräsentative Bevölkerungsumfragen: Basierend auf einer hohen Beachtung und allgemein hoher Akzeptanz erinnern sich bis zu 73% der erreichten Personen an einzelne Werbekampagnen. Darunter besonders viele Frauen und Berufstätige, Schüler und Studenten.

## Inhalt

- 5 Unterwegs für Sie
- 5 Attraktive Formate
- 7 Rollender Blickfang
- 10 Die Kraft der ruhenden Bilder
- 14 Fakten und Zahlen
- 15 Forschung: ÖV-Werbung...
- 18 Gute Fahrt!
- Kontakt

# bitte . . .

APGTraffic ist das auf Verkehrsmittelwerbung spezialisierte Unternehmen der Affichage Out-of-home Media-Gruppe. Dank unserem Netzwerk sind wir überall in Ihrer Nähe und können Sie kompetent beraten. Als exklusiver Partner von über 90 Prozent aller Schweizer Verkehrsbetriebe vermarkten wir die Werbung der Innenräume und Aussenflächen von insgesamt rund 3 800 Fahrzeugen. Und koordinieren die restlichen zehn Prozent sehr gerne für Sie. ÖV-Werbung ist ein eigenständiges Medium, das für Sie die Verbindung von nationaler Reichweite und regionaler Abdeckung schafft, mit Bezug zu lokalen Vertriebspartnern. Einfach, unbürokratisch und kostengünstig.

Willkommen bei APTraffic!

«70% der Schweizerinnen und Schweizer bevorzugen die Benützung öffentlicher Verkehrsmittel zum Arbeitsplatz. Damit steht die Schweiz nach Grossbritannien (72%) an der Spitze Europas. Gute Verkehrs-Infrastruktur und regelmässige Verbindungen sind das Hauptkriterium für die Schweizer.»

<sup>1</sup> Quellen:  
– Bundesamt für Statistik, Mikrozensus 2005 zum Verkehrsverhalten, publ. Mai 2007, [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)  
– LITRA Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr, Zahlen 2005, publ. August 2007, [www.litra.ch](http://www.litra.ch)  
– Stiftung Werbestatistik Schweiz

Repräsentativ-Umfrage  
Kelly Global Workforce Index, 2007



& Regioni  
**Ticino**

& Spettacoli  
**Cultura**

**Sport**

& Finanza  
**Economia**

Acquistate il biglietto alla fermata  
Achetez le billet à l'arrêt

Rotbach-Garage AG

Muff / Gloggnier

Helbühl



[www.rotbach-garage.ch](http://www.rotbach-garage.ch)

Josef Stirnimann  
6206 Neuenkirch

Wir repräsentieren mehr als 90% aller Schweizer Verkehrsbetriebe als exklusive Vertragspartner. Dazu gehören PostAuto Schweiz, S-Bahn Bern (BLS), die Verkehrsbetriebe grosser Städte wie Bern, Lausanne, Lugano, Luzern, St. Gallen und ebenso die vielen kleineren lokalen oder regionalen Transportunternehmen. Wir vertreten die Interessen dieser Partner – und führen sie mit Ihren Bedürfnissen als Werbeauftraggeber zusammen. Durch die flächendeckende Verbindung aller Nahverkehrsmittel haben wir für Sie ein landesweit koordiniert einsetzbares Medium entwickelt, mit dem auch nationale Kampagnen mit Bezug zu lokalen und regionalen Vertriebspartnern realisiert werden können. Profitieren Sie von unserer dezentralen Organisation mit Büros in allen Landesregionen.

Unser Angebot unterscheidet Aussen- und Innenformate. Bei den Aussenformaten variieren Möglichkeiten und Vermassung je nach Verkehrsbetrieb und Fahrzeug. Wenden Sie sich deshalb für diese Werbeflächen an das spezialisierte APGTraffic Team. Die Innenformate Hängekarton und Fenstertransparent entsprechen durchwegs nationalen Standards. Sie werden von nahezu allen Verkehrsbetrieben der Schweiz angeboten und können bei APGTraffic oder jeder APG Filiale disponiert werden.

## Frequenzen öffentlicher Verkehr

Anzahl transportierte Fahrgäste pro Jahr

	Mio.
<b>Nahverkehrsmittel (Trambahnen, Trolley/Autobusse)</b>	<b>879</b>
Postautodienst	105
Konzessionierte Automobilunternehmen	182
Schweizerische Bundesbahnen SBB	276
Privatbahnen	172
Spezialbahnen (Touristik)	219
Schiff-/Luftfahrt	43
Total	1 876

Quelle: LITRA Informationsdienst für den öffentlichen Verkehr, Zahlen 2005, publ. August 2007, [www.litra.ch](http://www.litra.ch)

## Übersicht

<b>Aussenformate<sup>1</sup></b>	
Traffic Board	ca. 250 x 250 cm
F200 Traffic	117,5 x 170 cm
Seitenbanner	Diverse
Dachlängsformat	Diverse
Ganzheck	ca. 250 x 250 cm
Teilheck	Diverse
Ganzgestaltung	Individuell
Teilgestaltung	Individuell
<b>Innenformate</b>	
Hängekarton	25 x 35 cm
Fenstertransparent	50 x 25 cm
Traffic Light Poster	Papiermass 76 x 36 cm Sichtmass 74 x 34 cm
RailBoard	Papiermass 65 x 31 cm Sichtmass 63 x 29 cm
RailBoardMidi	Papiermass 25 x 35 cm Sichtmass 23 x 33 cm

<sup>1</sup> Folien

«APGTraffic ist Ihre Anlaufstelle  
für Werbung mit Fahrzeugen  
aller öffentlichen Verkehrsbetriebe  
der Schweiz.»



Ganzgestaltung



Traffic Board



Ganzheck

# Rollender Blickfang

Mit Aussenformaten ist Ihre Werbung überall präsent: auf allen wichtigen Verkehrsachsen, an allen Haltestellen, auf allen Plätzen, im Zentrum, in den Quartieren. Aussenformate haben im unmittelbaren Umfeld keine Konkurrenz und wirken exklusiv. Entsprechend stark ist ihre Wirkung.

## **Ganz gross: Traffic Boards**

Traffic Boards sind *Eyecatcher* der besonders wirkungsvollen Art. Die Flächen werden als Folien seitlich, an der zur Fahrbahn gelegenen Seite der Busse und Postautos plaziert. Sie gelangen mitten in die pulsierenden Stadtzentren, wo grossformatige Werbeflächen sonst rar sind.

## **Synergien zum Cityformat Strassenplakat: F200 Traffic**

Die standardisierten F200 Traffic-Flächen bieten Ihnen die Gelegenheit, gleichformatige Strasse/Bahnhof-Plakataushänge höchst wirkungsvoll zu verstärken oder zu verlängern.

## **Werbung am Meter: Dachlängsformat**

Die klassischen «Schriftbänder» haben ihre eigenen Stärken: Mit 4 bis 36 Metern Länge sind Dachlängsflächen schlicht nicht zu übersehen – und von weitem zu erkennen.

## **Unterhaltung im Stau: Heckflächen**

Auf Augenhöhe mit den nachfolgenden Automobilisten: Heckflächen erzielen Intensiv-Kontakte im dichten Kolonnenverkehr – besonders während der *Rush hour* am Morgen und am Abend.

## **Stadtgespräch: Ganzgestaltungen**

Viele Verkehrsbetriebe in der Schweiz stellen einzelne Busse, Strassenbahnen und Anhänger für Werbung ganzheitlich zur Verfügung. Diese Fahrzeuge sind im normalen Fahrplan integriert und andauernd auf Achse.

«Aussenformate sammeln endlos  
Kilometer, Tag für Tag.  
Ihre Werbung erreicht alle:  
Jung und Alt, Männer und Frauen,  
Schüler und Rentner.  
Ein Breitenmedium par excellence.»



An das Traffic Board *Wall Street* erinnerten sich 44% der Gesamtbevölkerung in der Agglomeration Lausanne. Überdurchschnittlich gut erreicht wurde die Altersgruppe 15–34 Jahre, die engere Zielgruppe des Spracheninstituts, die 58% Erinnerung verzeichnete.



Zielgruppe optimal erreicht: 37% der Altersklasse 15–34 Jahre erinnerten sich nach einem Aushang von nur 2 Wochen an das Sujet FNAC, eines Anbieters im Bereich Unterhaltungselektronik und Video-Games. Die durchschnittliche Erinnerung der Lausanner Bevölkerung lag bei 28%.



64% Erinnerung im Durchschnitt der Bevölkerung, 72% Erinnerung in der Altersklasse 15–34 Jahre: Mit 3 Dachlängsflächen vermochte McDonald's in Luzern seine Markenbekanntheit weiter zu verankern.



43% der Lausanner Bevölkerung erinnerten sich an das Ganzheck der Sprachschule Inlingua. Die Erinnerung der 15–34-Jährigen erreichte 54% – ein weiteres Beispiel besonders effizienter Zielgruppen-Ansprache.



Marken/Imagewerbung par excellence: 66% der Luzerner Bevölkerung erinnerten sich an den Bus von Elektro Frey, der zum Befragungszeitpunkt seit rund 3,5 Jahren unterwegs gewesen war. Die Erinnerung der Zielgruppe Männer erreichte 71%.



Dachlängsformat



Ganzgestaltung



F200 Traffic

# Die Kraft der ruhenden Bilder

Fahrgäste des öffentlichen Verkehrs haben Zeit und Gelegenheit für werbliche Ansprachen. Hängekartons, Fenstertransparente, Traffic Light Posters, RailBoards u.a. befinden sich in ihrem unmittelbaren Sichtbereich: Werbung, die – zumal für alle, die gerade ein paar Besorgungen erledigen – buchstäblich «nahe liegt».

## **National erfolgreiches Standardformat: Hängekarton**

Die klassischen Hängekartons sind gerade deshalb so attraktiv, weil sie zum hektischen Umfeld einen ruhigen Gegenpol bilden. Hängekartons entfalten eine repetitive, regelmässige Wirkung auf Menschen in Wartesituationen und lassen sich mit modernen elektronischen Medien ideal kombinieren (SMS, Internet). Ihre Werbewirkung erreicht erwiesenermassen Spitzenwerte – zu günstigen Kosten.<sup>1</sup>

## **Beste Aussichten: Fenstertransparente**

Wer Bus oder Tram fährt, schaut immer mal wieder nach draussen. Die hohe Werbewirkung der Fenstertransparente ist – analog zum Hängekarton – auf die unmittelbare Nähe zum Betrachter zurückzuführen.

## **Einleuchtend: Traffic Light Poster**

Hinterleuchtete Traffic Light Posters kommen exklusiv in der Schweizer Wirtschaftsmetropole Zürich zum Einsatz – auf den VBZ Tramlinien mit den höchsten Passagierzahlen. Ihr Format entspricht den Proportionen eines Breitformat F12-Strassenplakats, womit sich Synergien in Kreation und Produktion nutzen lassen.

## **Auf den Spuren der Pendler: RailBoard**

Wie bei allen klassischen Innenformaten: Unmittelbare Betrachternähe führt zu intensivem Kontakt. Mit Berufspendlern und Studierenden erreichen Sie die mobilsten Zielgruppen. Ihre Werbung präsentiert sich elegant, in formschönem Rahmen, im Wageninnern auf Sichthöhe platziert. Kombinieren Sie mit Hängekartons oder Fenstertransparenten!

«Innenformate: Ein ständiges  
Kommen und Gehen der Fahrgäste.  
Werbung erreicht sie auf  
Augenhöhe.»

<sup>1</sup> Siehe Fallbeispiel Basel BLT  
Hängekartons, APGTraffic 2006

Du 19 septembre  
au 16 octobre 2006

# L'ANNIVERSAIRE

des prix à tout casser !

**30 ans**  
de confort à prix discount



35.  
**19.95**

Vaisselle 20 pièces  
en porcelaine

**Conforama**

[www.conforama.ch](http://www.conforama.ch)

Connaissez-vous votre  
pression intraoculaire



Fenstertransparent



Traffic Light Poster



RailBoard



Bald 100-jährig – und so stark wie nie zuvor. Der klassische Hängekarton erzielt Spitzenwerte in der Werbewirkung. 45% der Fahrgäste erinnerten sich an einen Testaushang Zoo Basel in den gelben Tram/Bus-Fahrzeugen der Basler BLT Verkehrsbetriebe, 20% davon spontan, ohne jegliche Erinnerungstütze. Kombiniert mit modernen elektronischen Medien (SMS, Internet) ergaben sich ideale Synergieeffekte.

Innert kürzester Zeit ist es Swiss Satellite Radio gelungen, eine neue Werbekampagne mit Fenstertransparenten wirkungsvoll in die Köpfe der Menschen zu tragen. 33% aller Fahrgäste der Transports publics de la région lausannoise erinnerten sich nach 14 Tagen an die neuen Sujets. Beim jüngsten Alterssegment waren es gar 41%.



Attraktive RailBoards im zweitgrössten Eisenbahn-Pendlernetz der Schweiz: In den Wagen der S-Bahn Bern werden innerhalb von 14 Tagen 1,56 Millionen Kontakte generiert.

RailBoard

RailBoardMidi

# Fakten und Zahlen

## Transparenz durch Forschung

ÖV-Werbung generiert hohe Reichweiten und ein riesiges Potential an Kontakten. Diese führen zu nachhaltiger Werbewirkung, wie verschiedene, von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut durchgeführte Repräsentativumfragen ergeben haben. Allen Studien, zeitlich gestaffelt in verschiedenen Agglomerationen durchgeführt, liegt die gleiche Forschungsanlage zugrunde, um bestmögliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

## Media-Daten Verkehrsmittelwerbung

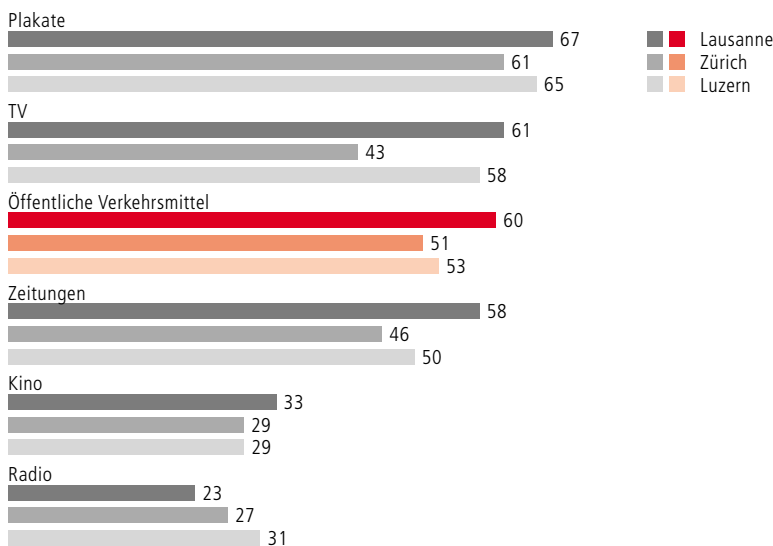
Angaben in %

	Luzern VBL 2002	Zürich VBZ 2003	Basel BLT 2006	Lausanne TL 2007
Wochenreichweiten Agglomeration				
– Aussenformate	82	–	–	95
– Innenformate	55	73	55	70
Allgemeine Beachtung Verkehrsmittelwerbung	53	51	–	60
Erinnerungswerte einzelner Werbesujets <sup>1</sup>	13–73	18–70	45	15–72

<sup>1</sup> Anzahl getestete Kampagnen:  
Luzern/Zürich je 16, Basel 1, Lausanne 16  
Quelle: APG Plakatforschung Schweiz  
(siehe Kästchen)

## «Welche Werbung beachten Sie allgemein häufig?»

Antworten in % der Befragten



Anzahl befragte Personen:  
Lausanne 507, Zürich 307, Luzern 500  
Quelle: APG Plakatforschung Schweiz  
(siehe Kästchen)

## Publikationsreihe APG Plakatforschung Schweiz

Zum Thema Verkehrsmittelwerbung bisher erschienen (Repräsentativumfragen Demoscope Research and Marketing AG, Adligenswil/Luzern):

- Fallbeispiel Transports publics de la région lausannoise, APGTraffic 2007
- Fallbeispiel Basel BLT Hängekartons, APGTraffic 2006
- Fallbeispiel Verkehrsbetriebe Zürich, VBZ TrafficMedia, in Zusammenarbeit mit APGTraffic, 2003
- Fallbeispiel Verkehrsbetriebe Luzern, APGTraffic 2002

Forschungsberichte kostenlos erhältlich:  
[www.apgtraffic.ch](http://www.apgtraffic.ch)

Forschungsberichte zu Plakatstudien:  
[www.apg.ch](http://www.apg.ch)

Swiss Poster Research Plus:  
[www.spr-plus.ch](http://www.spr-plus.ch)

«Welche Reichweite erzielt Verkehrsmittelwerbung? Wird sie erinnert? Wie stark? Wie gefällt sie? Und wie steht es mit der Werbeakzeptanz ganz allgemein?»

## **Erzielt hohe Reichweiten und Kontaktchancen.**

In den bisher getesteten Zielgebieten benützen 55–73% der Bevölkerung die öffentlichen Verkehrsbetriebe mindestens einmal pro Woche, viele davon täglich. Und der Werbung an den Aussenflächen der Fahrzeuge begegnen innerhalb einer Woche praktisch alle.

## **Erreicht urbane, jugendliche Zielgruppen.**

Öffentliche Verkehrsmittel erreichen junge Zielgruppen besonders gut. Die Quote der wöchentlichen Benutzer im Alter 15–34 Jahre liegt überall deutlich über dem Durchschnitt.

## **Wird stark beachtet.**

Die öffentlichen Verkehrsmittel gehören – hinter dem Spitzenreiter Plakat – zu den am häufigsten beachteten Werbeträgern.

## **Fördert die Bekanntheit.**

ÖV-Werbung bleibt in den Köpfen der Menschen hängen. In Wiedererkennungstests konnten sich bis zu 73% der Befragten an einzelne ihnen vorgelegte Sujets der verschiedenen Formate erinnern.

## **Löst etwas aus.**

Analog zum klassischen Strassenplakat<sup>1</sup> vermag ÖV-Werbung messbare, nachhaltige Reaktionen auszulösen. So beteiligten sich im Rahmen eines regionalen Tests<sup>2</sup> rund 6 800 Personen an einem Wettbewerb (Rücklaufquote 5%), und die Besuche auf der betreffenden Website konnten gegenüber der Vorwoche des Aushangs um knapp 30% gesteigert werden.

## **Ist durch Grösse, Menge und Gestaltung optimierbar.**

Die gemessenen Erinnerungswerte geben ein Spiegelbild der Grösse der verschiedenen Formate. Werden Ganzgestaltungen im Durchschnitt von 56% der Bevölkerung erinnert, sind es bei Fenstertransparenten, der kleinsten getesteten Fläche, 32%.<sup>3</sup> Weitere Einflussfaktoren sind Anzahl und Laufzeit der Werbeflächen, die Markenbekanntheit sowie die gestalterische Qualität und Kreativität.

## **Gefällt.**

Verkehrsmittelwerbung erhält hinsichtlich Gefallen gute Noten. Dies gilt insbesondere für die Ganzgestaltungen und dürfte auf die besondere Motivation zurückzuführen sein, welche deren Grösse auf Kreativkräfte auszulösen vermag. Möglichkeiten für gute, erfolgreiche Lösungen eröffnen sich natürlich auch in kleineren Formaten.

<sup>1</sup> Siehe Fallbeispiel PartnerWinner.ch, APG 2004

<sup>2</sup> Fallbeispiel Basel BLT Hängekartons, APGTraffic 2006

<sup>3</sup> Fallbeispiel Transports publics de la région lausannoise, APGTraffic 2007



VBL  
2  
N1  
Luzern - Fribourg  
Roth

Natural energy  
for miss switzerland

**K+B** KOST+BRECHBÜHL AG  
Kontaktlinsen und Brillen

Luzern, Pilatusstr. 19, [www.kost-brechbuehl.ch](http://www.kost-brechbuehl.ch)

ATBUS  
www.atbus.ch



Dachlängsformat



Ganzheck



Ganzgestaltung

# Gute

## **Vielseitige Produktpalette**

Ob als Basis- oder Ergänzungsmedium eingesetzt: Das Angebot an Werbeformaten der öffentlichen Verkehrsmittel reicht vom Hängekarton bis zur Ganzgestaltung und wird allen Wünschen gerecht.

## **Präzise geografische Selektion**

ÖV-Werbung lässt sich geografisch sehr präzise einsetzen – als nationale, regionale oder lokale Abdeckung.

## **Interessante Zielgruppen**

Die mobile, begehrte Zielgruppe der 15–34-Jährigen gehört zu den typischen Benutzern von Tram/Bus, S-Bahn und Postauto. Der Grossteil der Fahrgäste ist gut gebildet und verfügt über ein Haushaltseinkommen von über 8 000 CHF.

## **Hohe, nachhaltige Werbewirkung**

Innert kurzer Zeit erzielen Sie sehr hohe Reichweiten bei hoher Kontaktdichte. Mit nachhaltiger Werbewirkung, wie die im Rahmen verschiedener Fallstudien gemessenen Erinnerungswerte beweisen.

## **Günstiges Kosten/Nutzen-Verhältnis**

Dank präziser geografischer Selektion erzielt ÖV-Werbung nur minimale Streuverluste.

## **Einfach gemacht: Ein Medium – eine Anlaufstelle**

Dank APGTraffic müssen Sie für ÖV-Werbung nicht mit jedem Verkehrsbetrieb einzeln verhandeln. Von der Offerte über die Buchung, die Anlieferung der Werbemittel bis hin zur Abrechnung: Als für Sie zentrale Anlaufstelle planen, koordinieren und realisieren wir Ihre Werbeauftritte mit sämtlichen öffentlichen Verkehrsmitteln der Schweiz. Wir organisieren Ihnen auf Wunsch auch Schriftensmaler, Grafiker und Drucker – zu Fixpreisen, inklusive Montage und Demontage, damit Sie verbindlich kalkulieren können.

## **Bestellen Sie ein unverbindliches Angebot.**

# Fahrt!

«Alle Vorteile des öffentlichen Verkehrs. Und eine einzige Anlaufstelle: APGTraffic. Wir finden Mittel und Wege, Ihre Werbung erfolgreich zu transportieren.»

## Kontakt

Informationen, Angebote und Tarife bei allen APGTraffic Büros und APG Filialen in der ganzen Schweiz sowie den APGTraffic Koordinationsstellen

APGTraffic Deutschschweiz  
T +41 62 834 10 73  
aarau@apgtraffic.ch

SGATraffic Romandie  
T +41 21 644 24 44  
lausanne@sgattraffic.ch

SGATraffic Ticino  
T +41 91 923 81 70  
lugano@sgattraffic.ch

[www.apgtraffic.ch](http://www.apgtraffic.ch)

## Impressum

Herausgeber: APGTraffic  
Konzeption und Text: Jürg Sager, Luzern  
Fotos: Bruno Eberli, Horw; Werner Rolli, Aarau  
Gestaltung: Rolf Stocker, Luzern  
Satz, Lithos und Druck: UD Print AG, Luzern

1. Auflage (2007)  
Deutsch: 6 500  
Französisch: 2 500  
Italienisch: 1 200

2. Auflage (2008, unverändert)  
Deutsch: 2 000

Gedruckt in der Schweiz  
auf chlorfrei gebleichtem Papier,  
mit Ökoplus Offsetdruckfarbe



**Mix**  
Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) | Zert.-Nr. SQS-COC-100038  
© 1996 Forest Stewardship Council

© APG-SGA Traffic AG  
Alle Rechte vorbehalten

APGTraffic® ist eine eingetragene Marke.

