

Lokales Online-Marketing: In diesen Städten ist Werbung am verbreitetsten

- Die Onlineplattform Localyzer untersucht über 9.600 digitale, lokale Marketing-Kampagnen nach ihren Impressionen
- In Siegen werden lokale Online-Kampagnen am häufigsten gesichtet
- Die niedrigste Zahl an Werbeeinblendungen pro Kopf gibt es hingegen in Salzgitter

Winnenden, 06.09.2023 – Ob Restaurant-Suche, der Besuch im Friseursalon oder eine Werkstatt in der Nähe: Der Großteil der Verbraucher:innen holt sich Informationen online ein. Regionale Suchanfragen spielen daher im Online-Marketing eine entscheidende Rolle. Unternehmen können dabei lokale Online-Werbemaßnahmen nutzen, um potenzielle Kund:innen geografisch zielgenau zu erreichen. Vor allem in Siegen machen Marketer:innen hiervon Gebrauch. Das hat die Plattform Localyzer (www.localyzer.io), die auf standortbasiertes Online-Marketing spezialisiert ist, in einem aktuellen Städte-Ranking herausgefunden. Dafür wurden von 2018 bis 2023 deutschlandweit über 9.600 lokale Online-Marketing-Kampagnen nach ihren Impressionen untersucht.

Siegen ist absoluter Spitzenreiter bei lokalen Werbeanzeigen

Die Zahl der Impressionen – auch Sichtkontakte genannt – gibt an, wie häufig Werbeanzeigen auf einem Bildschirm erscheinen. Die Kennziffer kann Aufschluss darüber geben, wie verbreitet eine Kampagne tatsächlich ist. Am häufigsten wird Werbung in Siegen ausgespielt: Hier liegt die Zahl der Impressionen bei knapp 9,3 Millionen. Pro Einwohner:in wurde über Localyzer in den letzten fünf Jahren demnach durchschnittlich 90,8 Mal Werbung eingeblendet. Damit belegt die Stadt in Nordrhein-Westfalen den ersten Platz in der Untersuchung. Mit großem Abstand folgt Trier – hier gibt es im Schnitt 73 Einblendungen pro Einwohner:in (knapp 8,1 Millionen Impressionen insgesamt). Neuss sichert sich mit 65,3 Sichtkontakten (10,1 Millionen Impressions) den dritten Platz.

Auch in Oldenburg und Münster wird vergleichsweise oft Werbung geschaltet und angezeigt. In Oldenburg sehen Bewohner:innen durchschnittlich rund 64,3 Mal eine Anzeige – insgesamt gab es dort seit 2018 rund 11,1 Millionen Einblendungen. Münster belegt mit 60 Sichtkontakten (rund 19,3 Millionen) den fünften Platz.

In Salzgitter, Bottrop und Frankfurt am Main wird lokale Online-Werbung kaum eingesetzt

Obwohl die Erfolgchancen in Salzgitter mit Blick auf Klickraten sehr hoch sind, wird standortbasierte Werbung nur selten angezeigt. Die Großstadt in Niedersachsen belegt mit nur durchschnittlich 1,7 Impressionen pro Einwohner:innen (176.932 Impressionen insgesamt) den letzten Platz im Städte-Ranking. Ähnlich sieht es in Bottrop und Frankfurt am Main aus: Hier werden pro Kopf lediglich 1,8 Mal in Bottrop (insgesamt 215.000) und 1,9 Mal in Frankfurt am Main (insgesamt 1,5 Millionen Impressionen) Werbeanzeigen eingeblendet.

Im Großstadt-Ranking führt Münster die Untersuchung an

Nicht nur im Gesamtranking liegt Münster vorn, auch mit Blick auf die 20 größten Städte Deutschlands. Hier belegt Münster mit rund 60 Werbeeinblendungen pro Einwohner:innen (rund 19,3 Millionen Impressionen insgesamt) den ersten Platz. Aber auch in Wuppertal setzen Unternehmen und Filialen vermehrt auf standortbasierte Online-Werbekampagnen: Mit rund 47,5 Impressionen (17 Millionen) liegt die Stadt auf dem zweiten Platz. Auf Platz drei folgt schließlich Essen mit rund 39,5 Einblendungen (23,1 Millionen). Insgesamt führen also drei nordrhein-westfälische Städte die Spitze der Untersuchung an.

Matthias Lange, Gründer und Geschäftsführer bei Localyzer, kommentiert die Untersuchung:

„Durch die zunehmende Online-Konkurrenz und das veränderte Kaufverhalten von Kund:innen steht der stationäre Handel seit Jahren massiv unter Druck. Regionalisierte Werbung bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und sich auf dem Markt durchzusetzen. Wie unsere Untersuchung zeigt, kann lokales Online-Marketing mit vielen Impressionen eine hohe Reichweite generieren. Die Werbebotschaften sind aber auch speziell auf die Zielgruppen ausgerichtet – im Gegensatz zu nationaler Werbung gibt es also weniger Streuverluste. Wir bei Localyzer haben uns zum Ziel gemacht, lokale Geschäfte bei ihrem Markenauftritt zu unterstützen. In weniger als zehn Minuten lassen sich bei uns Werbekampagnen über Kanäle wie Google, Instagram und YouTube einfach und effizient realisieren.“

Alle Ergebnisse der Untersuchung können Sie hier einsehen:

<https://www.localyzer.io/lokales-online-marketing-in-diesen-staedten-ist-werbung-am-verbreitetsten>

/

Über die Untersuchung

Insgesamt wurden von 2018 bis 2023 9.619 Kampagnen von Localyzer Kund:innen untersucht, Stichtag war der 11.06.2023. Die Zahlen entstammen der Datenbank von Localyzer. Für eine bessere Vergleichbarkeit wurden ausschließlich die 20 größten Städte Deutschlands sowie Städte ab 100.000 Einwohner:innen berücksichtigt. Die Untersuchung bezieht sich auf lokale Google- und Social-Media-Ads (Facebook und Instagram). Die Anzahl der Impressionen pro Stadt wurde durch die Anzahl an Einwohner:innen dividiert. Da die Datenbank ausschließlich Kampagnen von Kund:innen des Unternehmens Localyzer enthält, wurden Erfurt und Reutlingen aufgrund der zu hohen bzw. zu niedrigen Kampagnenanzahl als Extremwerte aus der Untersuchung ausgeschlossen.

Über Localyzer

[Localyzer](#) ist eine Online-Plattform für lokales Online-Marketing auf Google, Facebook, Instagram, YouTube und weiteren Webseiten. Das Produkt ermöglicht Marken, lokale Onlinekampagnen maßgeschneidert und für eine unbegrenzte Zahl von Standorten umzusetzen – und das Multichannel. Die Online-Plattform automatisiert die gesamte Erstellung tausender Kampagnen und sorgt damit für die erforderliche lokale Relevanz. Aktuelle Informationen zu Localyzer sind auf [LinkedIn](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [Xing](#) und [Twitter](#) zu finden.

Pressekontakte:

Desiree Engel | desiree.engel@tonka-pr.com | +49 172 620 6392

Dennis Eliasch | dennis.eliasch@tonka-pr.com | +49 157 868 72201