

Interkulturelle Zielgruppen in Deutschland

Wir haben Vermarktungslösungen und Multimediastrategien für alle interkulturellen Zielgruppen, die medial erreichbar sind!

Potenzial

Der Stellenwert ausländischer Konsumenten in Deutschland ist längst über den Status eines Nischenmarktes hinausgewachsen: Mehr als 21 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund bilden starke werberelevante Zielgruppen.

Menschen mit Migrationshintergrund bilden eine **heterogene werberelevante Zielgruppe**. Wir wissen wer sie sind, wie die **regionalen Verteilungen** sind und wie sie am effektivsten zu erreichen sind.

Interkulturelle Zielgruppen in Deutschland

Vorsprung durch Interkulturelles Marketing

Wir legen Wert darauf, dass wir die Migrantenzielgruppen in ihrer eigenen Sprache erreichen und besondere kulturelle Events gezielt berücksichtigen. Somit senden Sie als werbendes Unternehmen durch Interkulturelles Marketing folgende Signale aus:

- Sie nehmen den Beworbenen in seiner Lebenswelt wahr und
- nehmen ihn als potenziellen Kunden ernst.

Identifikation

- durch persönliche, emotionale und direkte Zugänge zu den gewünschten Zielgruppen

Werbung in interkulturellen Medien

- wirkt glaubwürdiger,
- ist einfacher zu verstehen und
- genießt eine höhere Akzeptanz bei den Beworbenen.

Interkulturelle Zielgruppen in Deutschland

Gute Gründe für Interkulturelles Marketing

- Interkulturelle Haushalte sind jung, konsumfreudig und markenaffin.
- Interkulturelle Zielgruppen haben ihre eigene Medienwelt.
- Bis zu 70% der Migranten nutzen regelmäßig interkulturelle Medien: Printmedien, TV-Sender, Social Media Seiten und Webportale in der eigenen Muttersprache.
- Werbung in interkulturellen Medien zeichnet sich durch niedrige Mediakosten (TKP) und geringere Streuverluste aus.

nhd
consulting