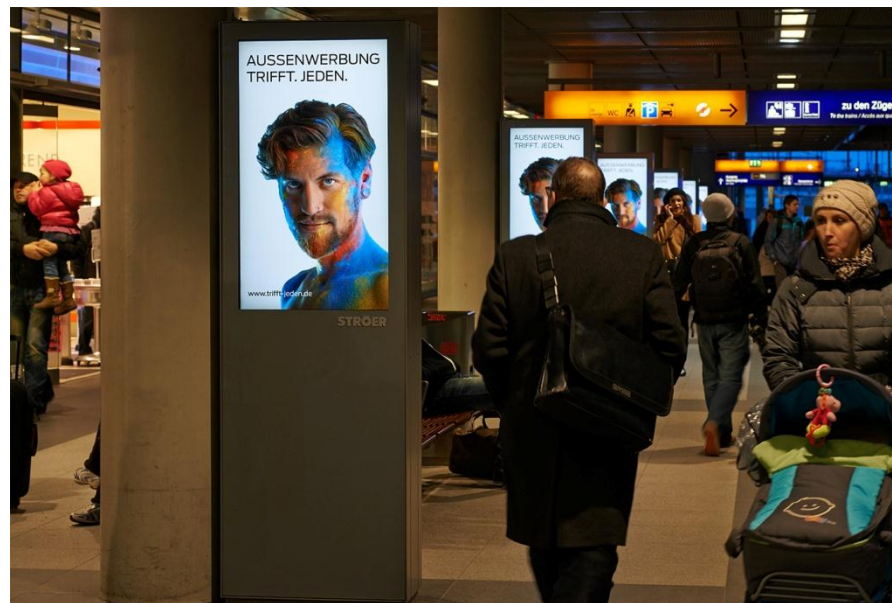


Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit



Studie DOOH 2013

Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit

Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung

Fallzahl: N= 366

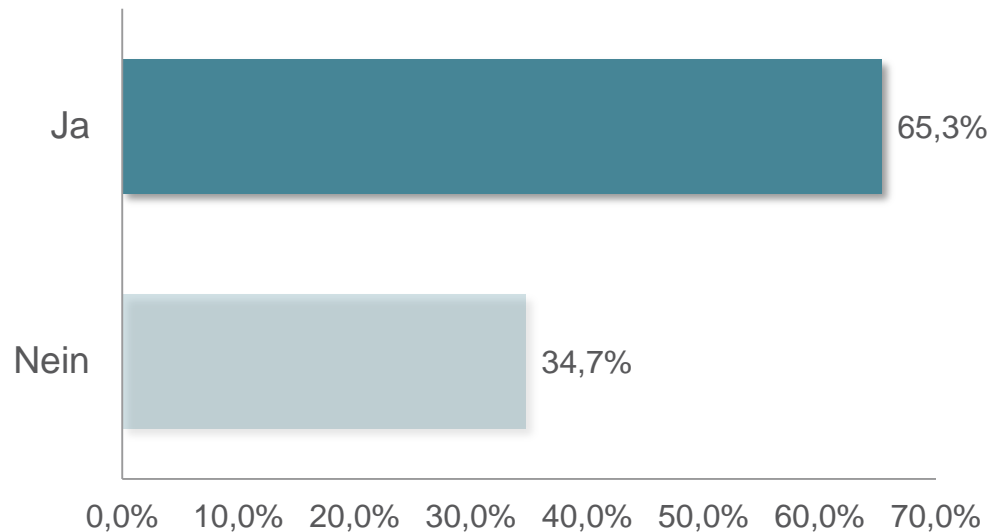
Struktur: weiblich 49,7 / männlich 50,3%

Durchführung: KW 4 / 2013
mafo.de, Hamburg

Auftraggeber: PosterSelect Media-Agentur für Außenwerbung, Baden-Baden
Fachverband Aussenwerbung e. V., Frankfurt

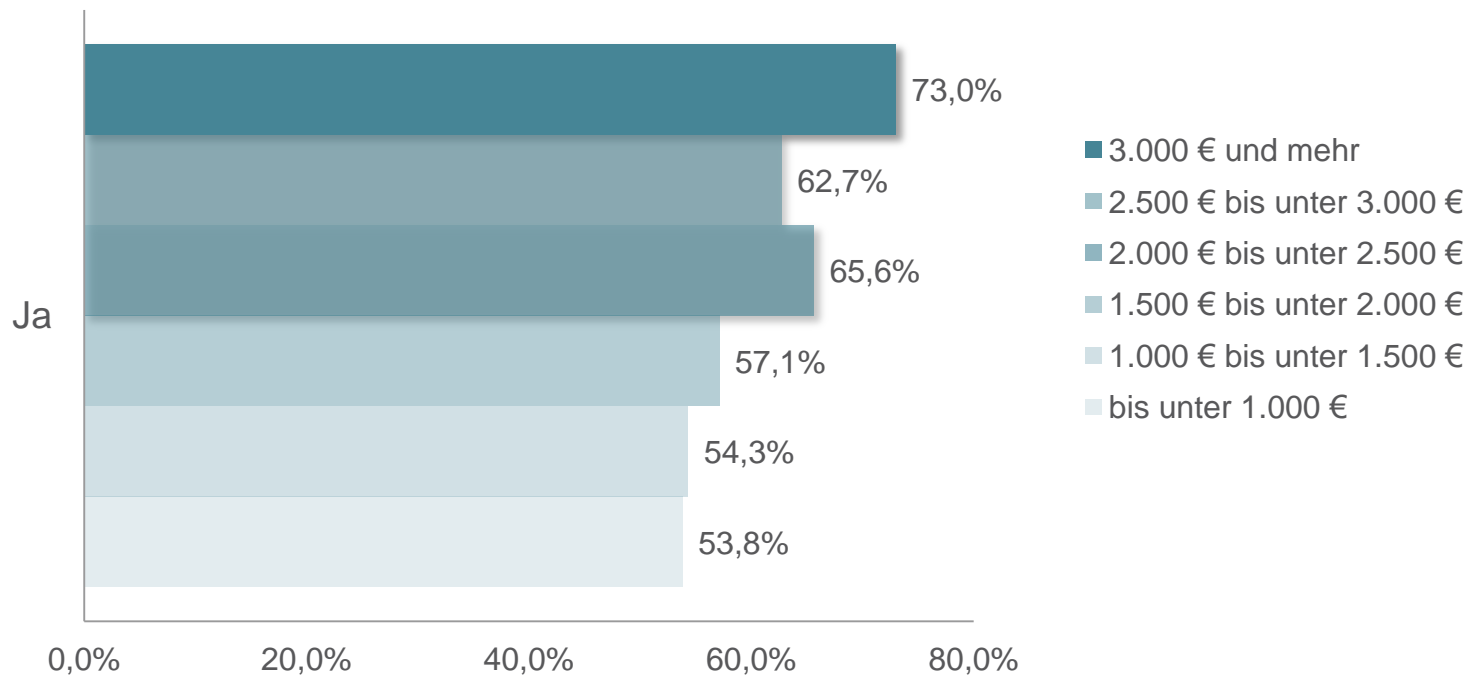
Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit

Haben Sie in der Öffentlichkeit bereits Werbung auf digitalen Bildschirmen wahrgenommen?



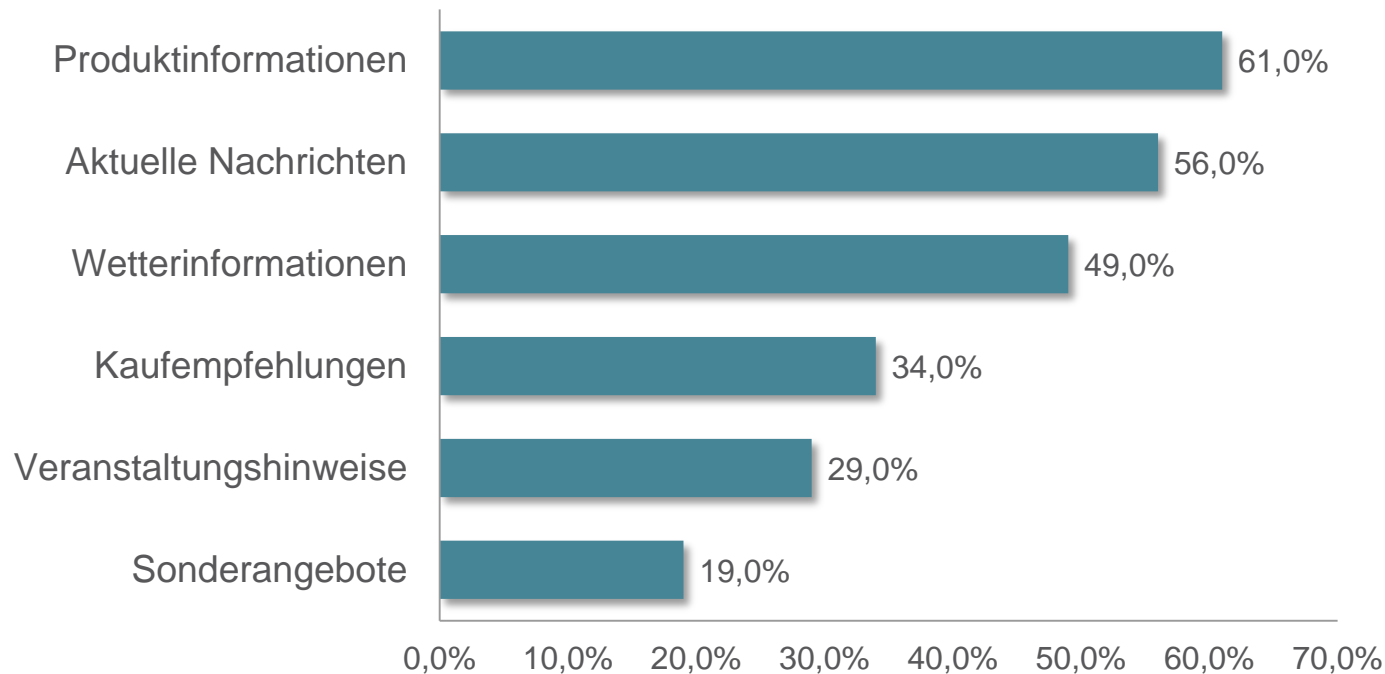
Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit

Haben Sie in der Öffentlichkeit bereits Werbung auf digitalen Bildschirmen wahrgenommen? (nach Haushalts-Nettoeinkommen)



Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit

Welche Inhalte sind Ihnen aufgefallen?



Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme in der Öffentlichkeit

Wie bewerten Sie die Werbung auf digitalen Bildschirmen?

