

Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

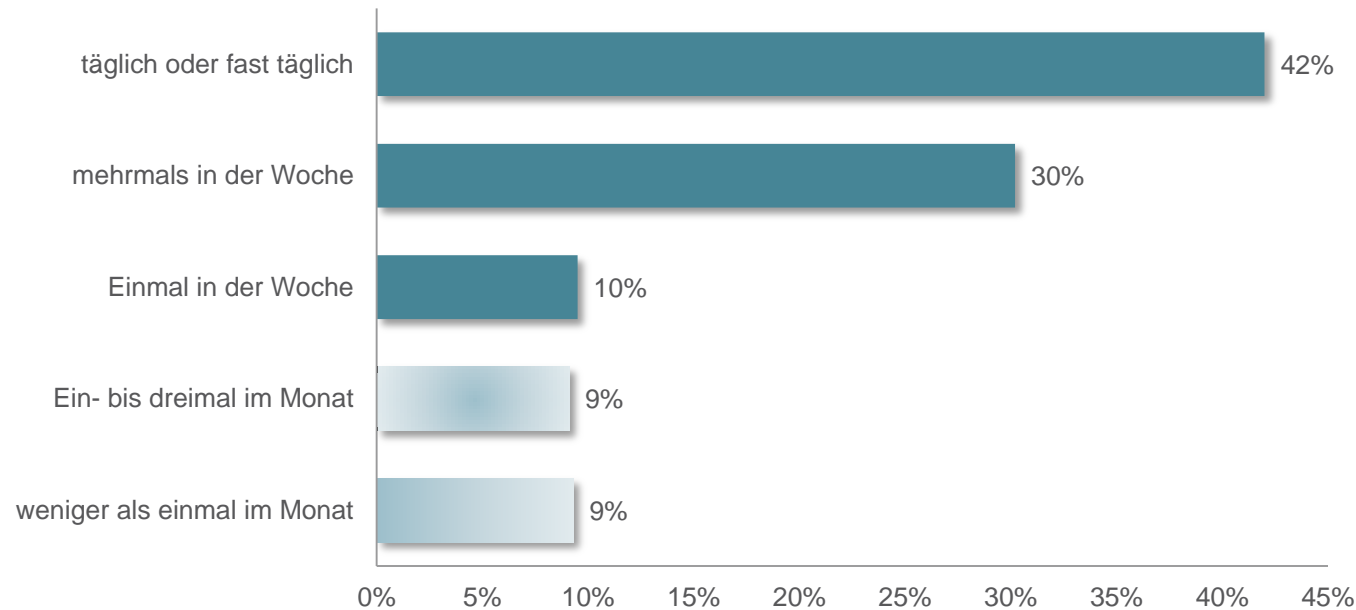


Trendanalyse Plakat 2013

Copyright: Fachverband Aussenwerbung e.V., PosterSelect Media-Agentur für Außenwerbung GmbH

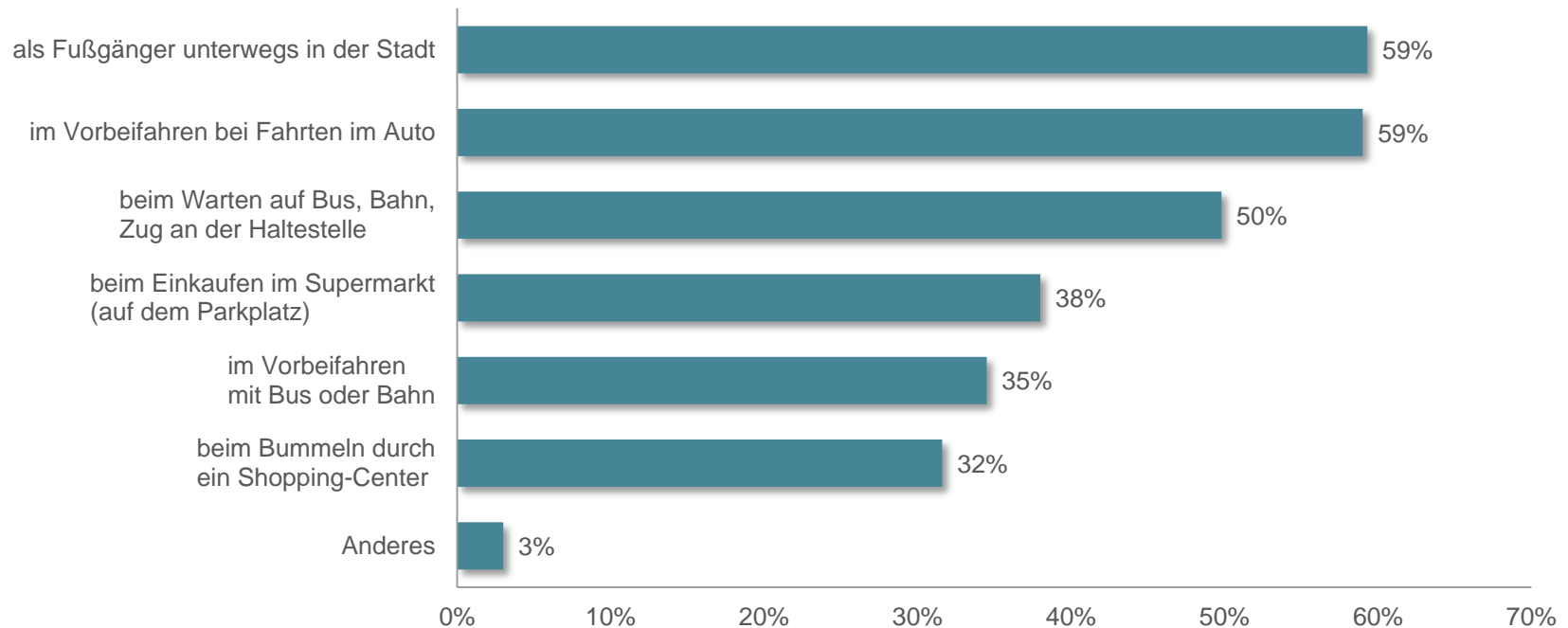
Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Plakate sind überall in der Öffentlichkeit anzutreffen – auf Plakatwänden, Litfaßsäulen, an Wartehallen, in eigenen Plakat-Vitrinen. Wie häufig begegnen Sie einer solchen Werbung auf Plakaten im öffentlichen Raum?



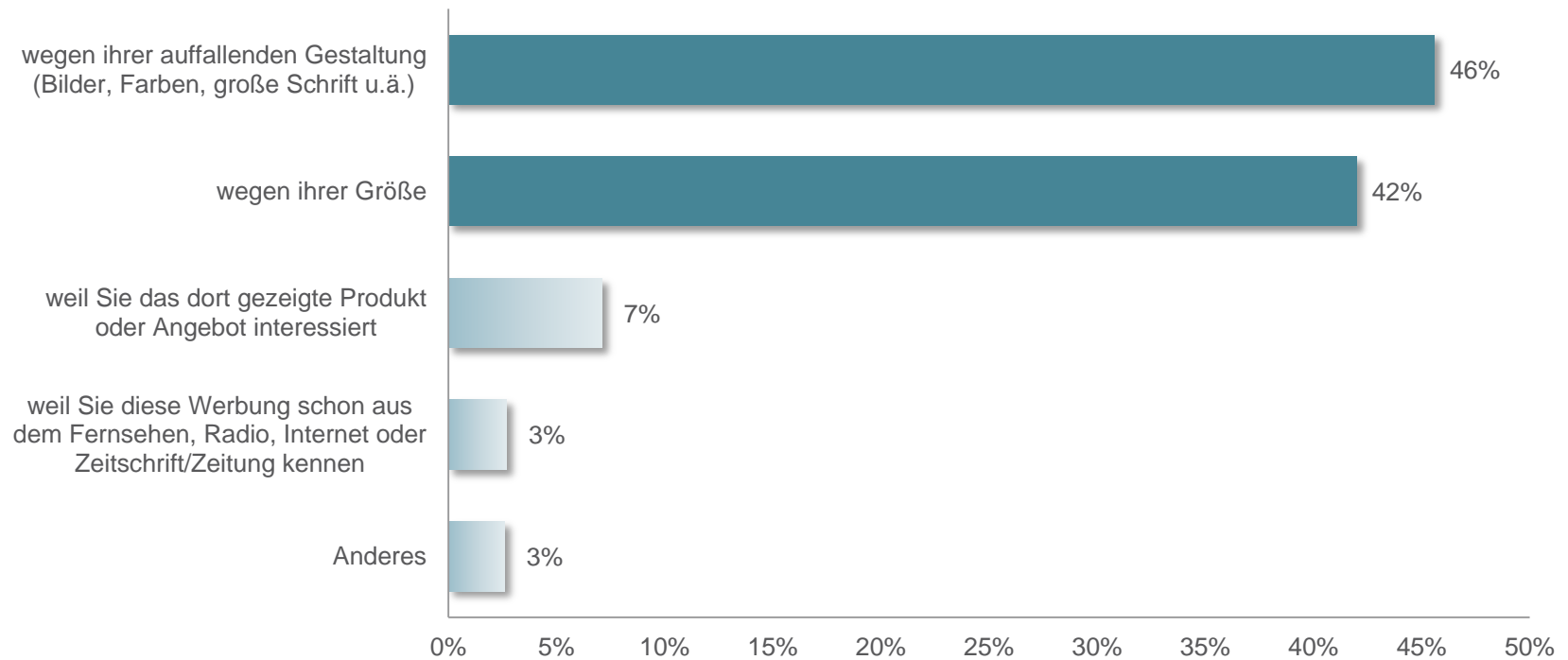
Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

In welcher Situation fällt Ihnen Werbung auf Plakaten auf?
(Mehrfachnennungen möglich)



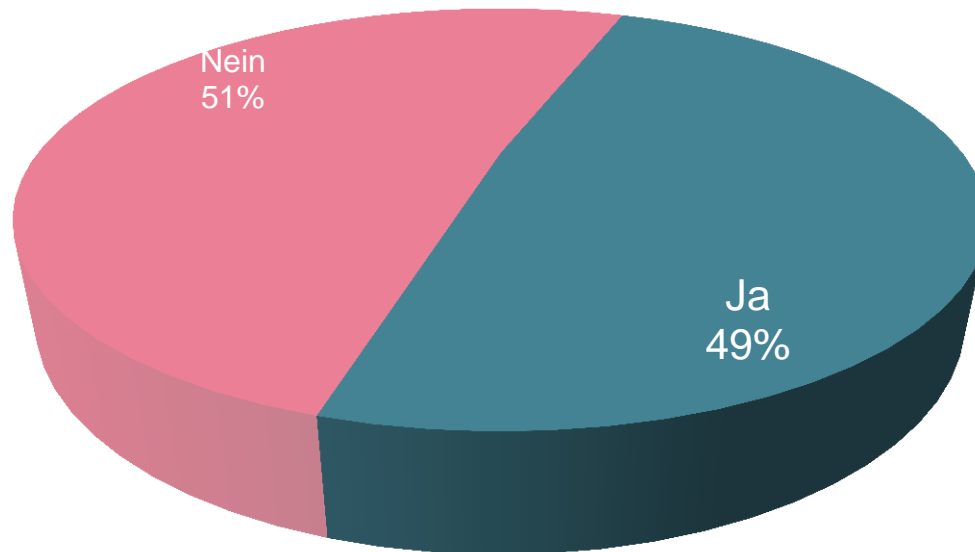
Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Warum fällt Ihnen Werbung auf Plakaten auf?



Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

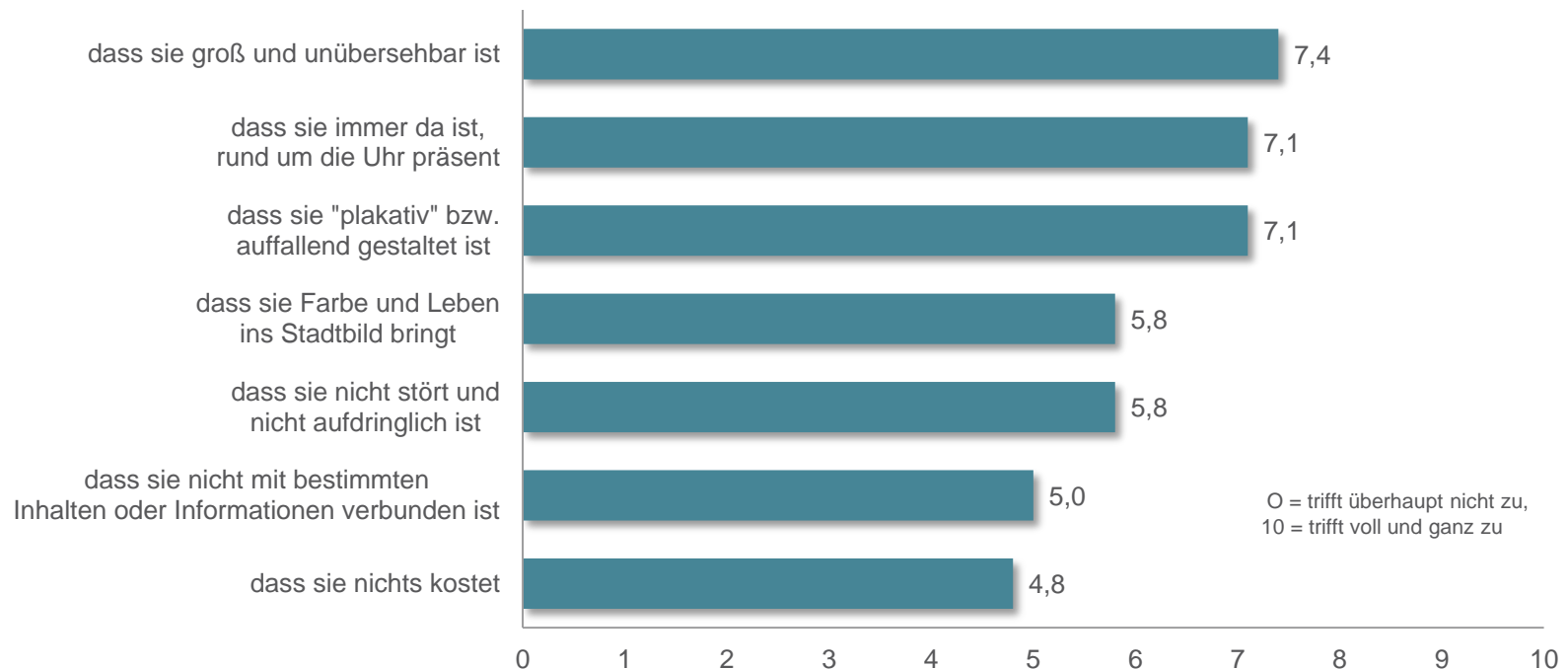
Haben Sie sich schon einmal durch Plakatwerbung animieren lassen, sich nach einem Produkt zu erkundigen oder es zu kaufen?



Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Was zeichnet in Ihren Augen Werbung auf Plakaten im Vergleich zu anderen Medien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften oder Online-Werbung aus?

Werbung auf Plakaten zeichnet aus, ...



Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung

Thema: Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Stichprobengröße N = 1.056

Durchführung: KW 29/2013
mafo.de, Hamburg

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

Wahrnehmung und Akzeptanz von Plakaten

Studiensteckbrief

Panel-Struktur:

Geschlecht

männlich: (54%)

weiblich: (46%)

Alter

18-30 Jahre (23%)

31-45 Jahre (41%)

46-65 Jahre (36%)

Einkommen

bis unter 1.000 € (11%)

1.000 – 1.500 € (13%)

1.500 – 2.000 € (14%)

2.000 – 2.500 € (12%)

2.500 – 3.000 € (12%)

3.000 € und mehr (21%)

k.A. (15%)

Region

Nord (16%)

Süd (33%)

Ost (21%)

West (30%)