

Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

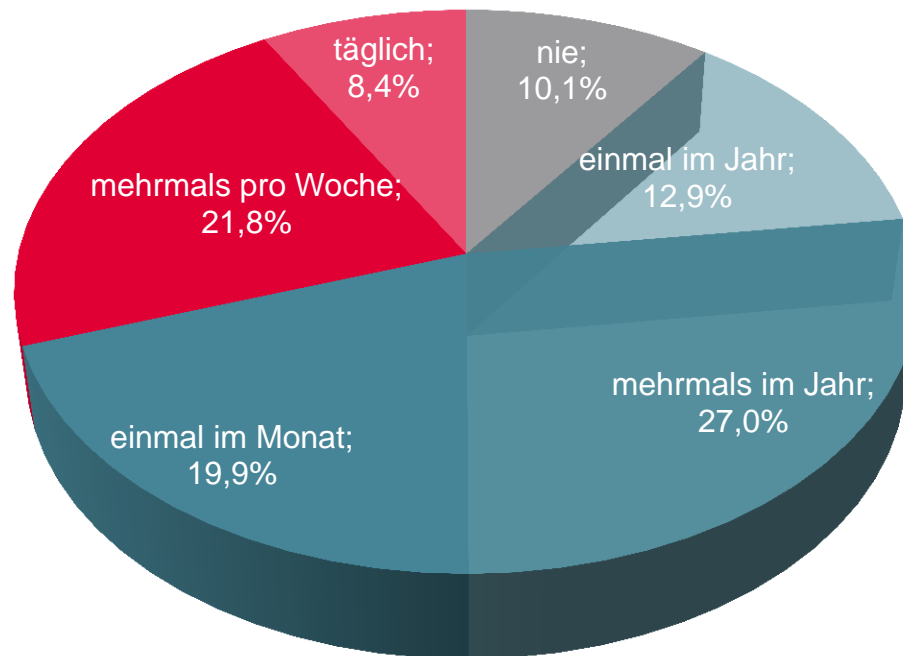


Trendanalyse Medien an Bahnhöfen 2014

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

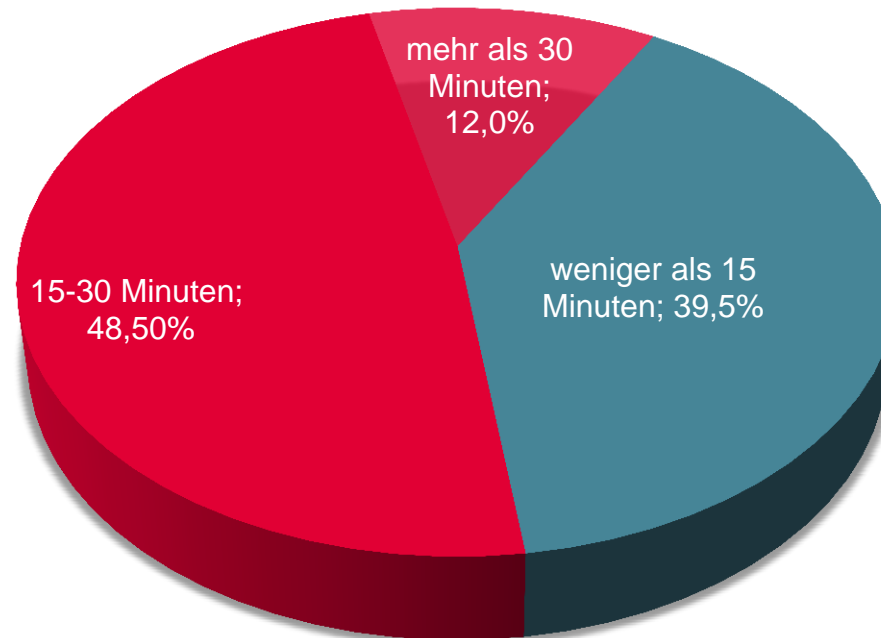
Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Wie oft besuchen Sie einen Bahnhof oder halten sich am Bahnhof auf?



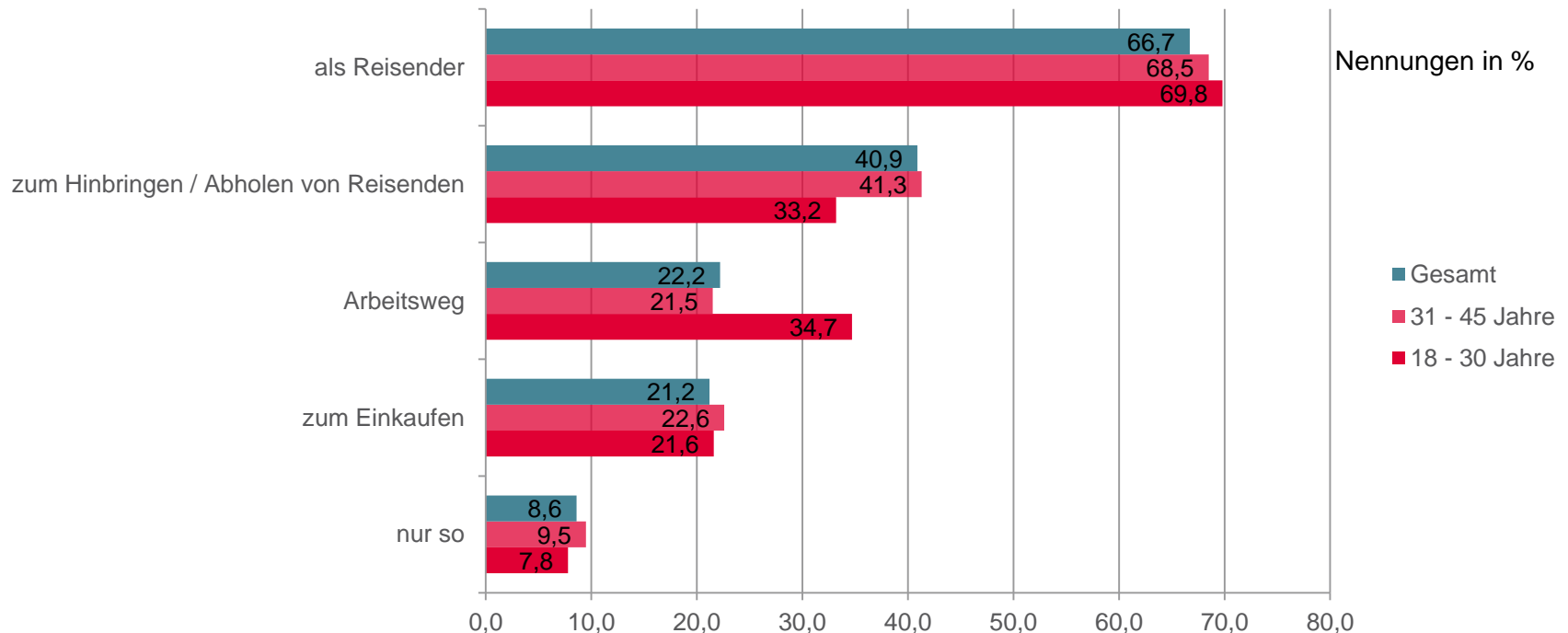
Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Wie lange halten Sie sich in der Regel am oder im Bahnhof auf?



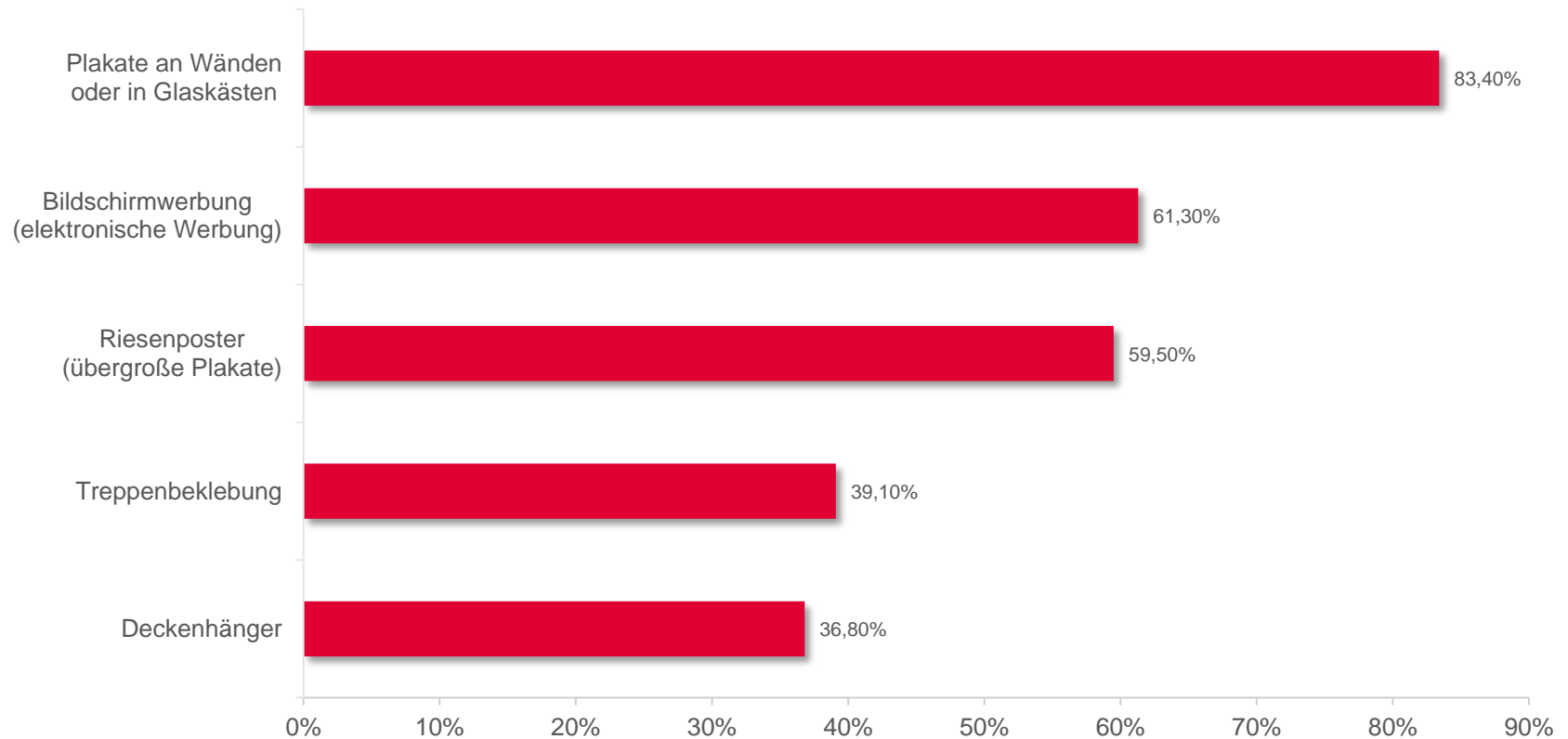
Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Aus welchem Anlass halten Sie sich am Bahnhof auf? (Mehrfachnennung möglich)



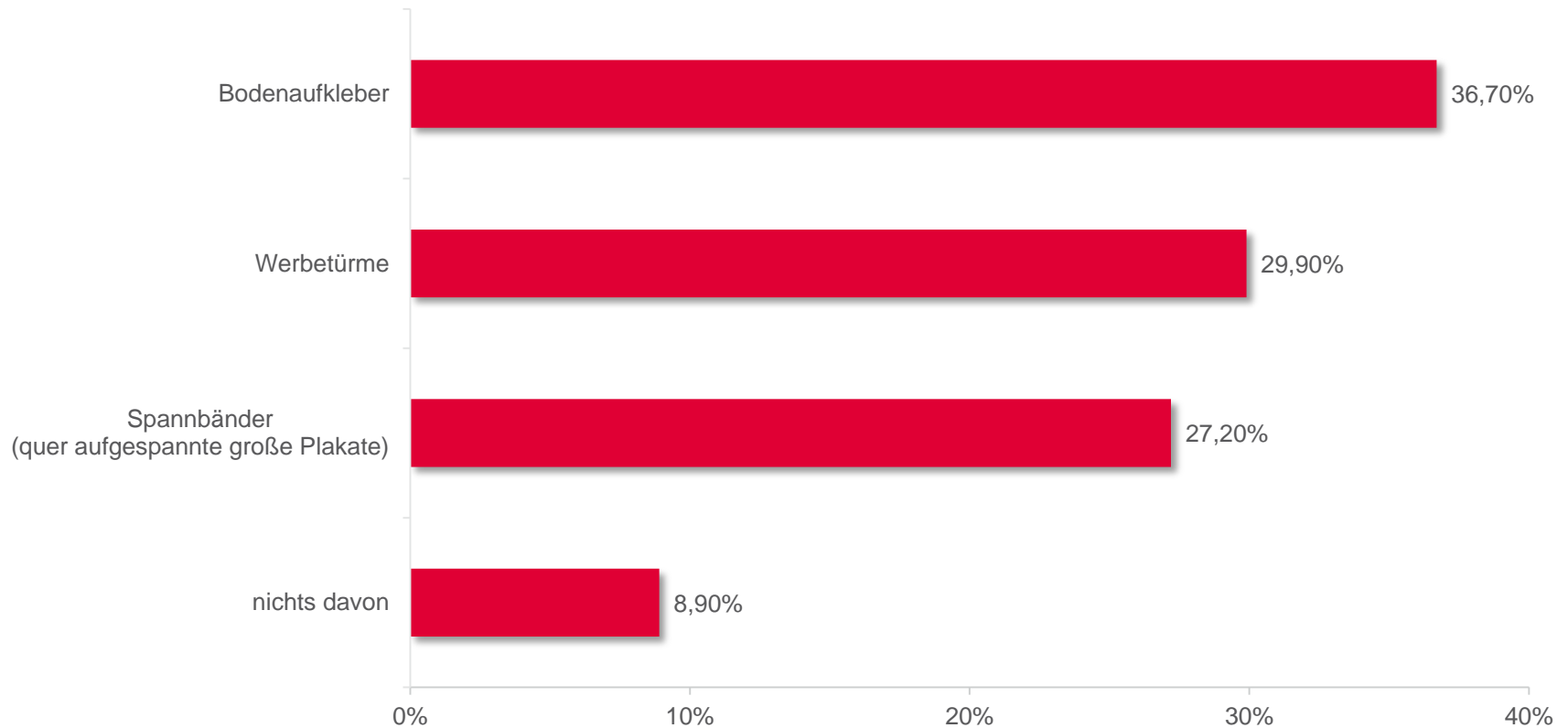
Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Welche Werbeformen sind Ihnen dabei schon einmal aufgefallen? (Mehrfachnennung möglich)



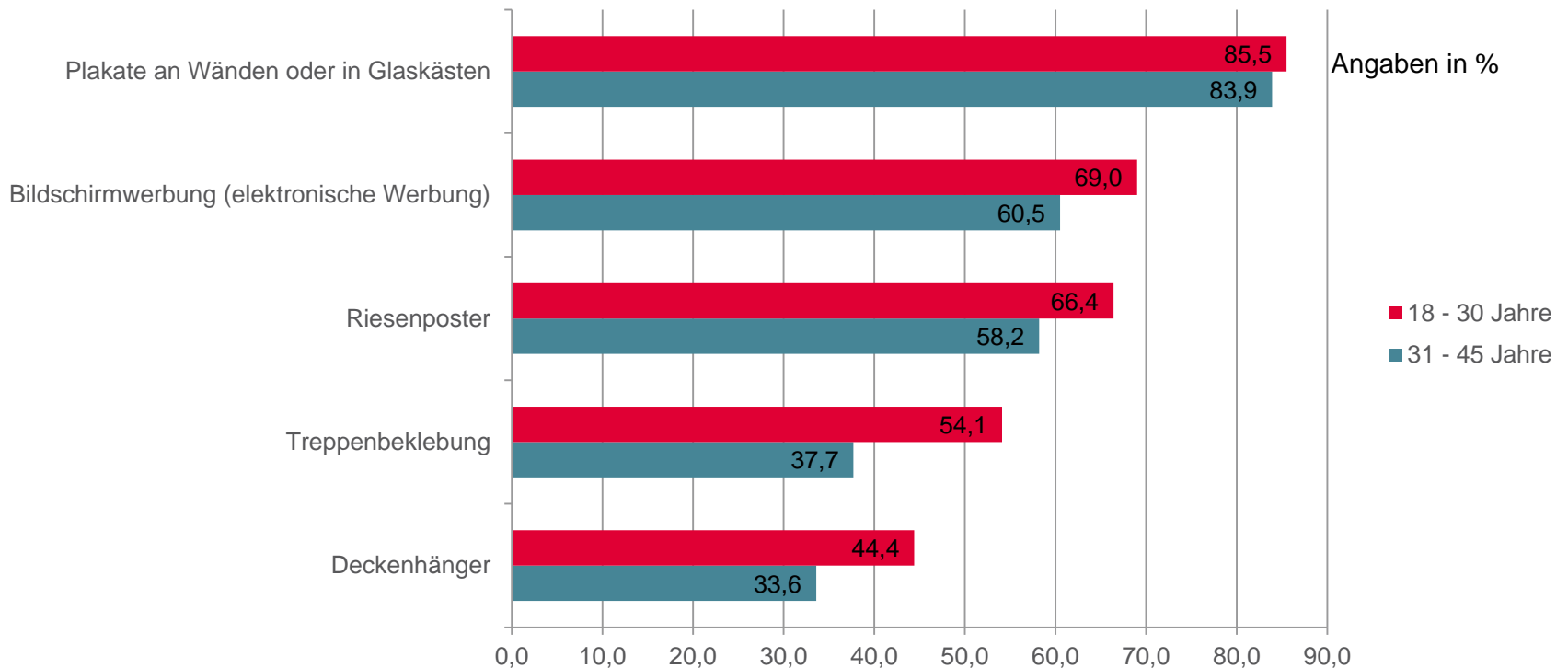
Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Welche Werbeformen sind Ihnen dabei schon einmal aufgefallen? (Mehrfachnennung möglich)



Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Welche Werbeformen sind Ihnen dabei schon einmal aufgefallen?
Nennungen nach Zielgruppen (Alter); (Mehrfachnennung möglich)



Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Studiensteckbrief

Methode: Mehrthemen Online-Befragung

Thema: Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Stichprobengröße: n = 1.112 Befragte

Durchführung: KW 21 | 2014
mafo.de, Hamburg

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

Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

Studiensteckbrief

Panel-Struktur:

Geschlecht

männlich (43%)

weiblich (57%)

Alter

18-30 Jahre (27%)

31-45 Jahre (39%)

46-65 Jahre (34%)

Einkommen

bis unter 1.000 € (13%)

1.000 – 1.500 € (12%)

1.500 – 2.000 € (14%)

2.000 – 2.500 € (12%)

2.500 – 3.000 € (11%)

3.000 € und mehr (24%)

k.A. (15%)

Region

Nord (16%)

Süd (27%)

Ost (32%)

West (25%)