

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

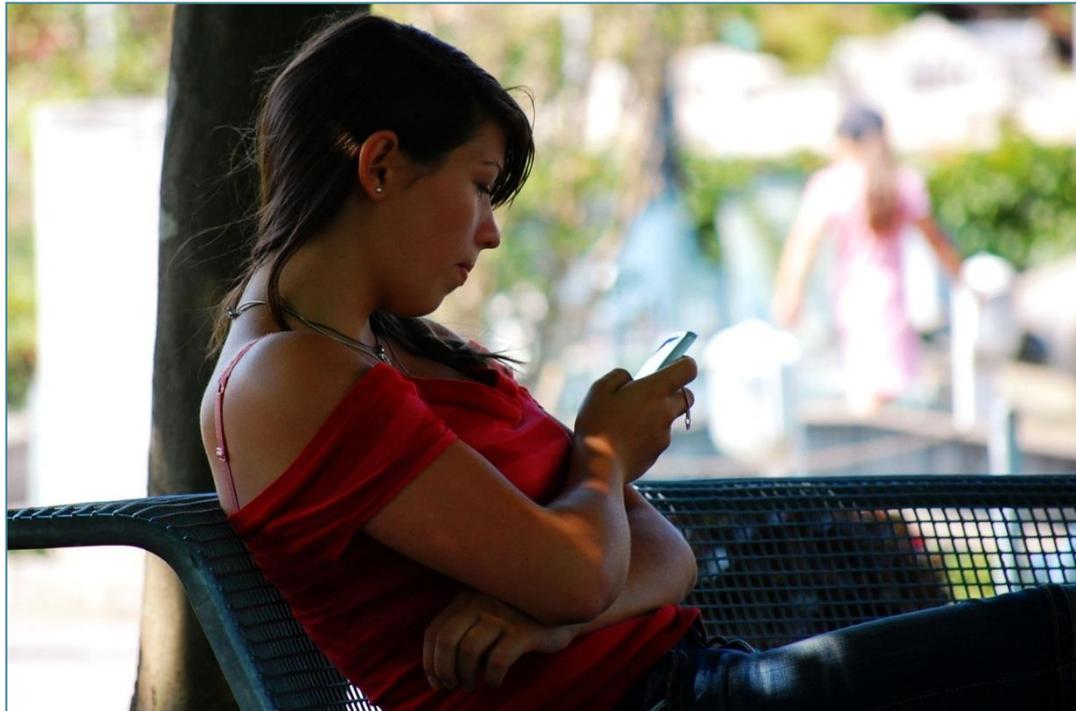


Foto: erysipel / Pixelio

Trendanalyse Mediennutzung 2014

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

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

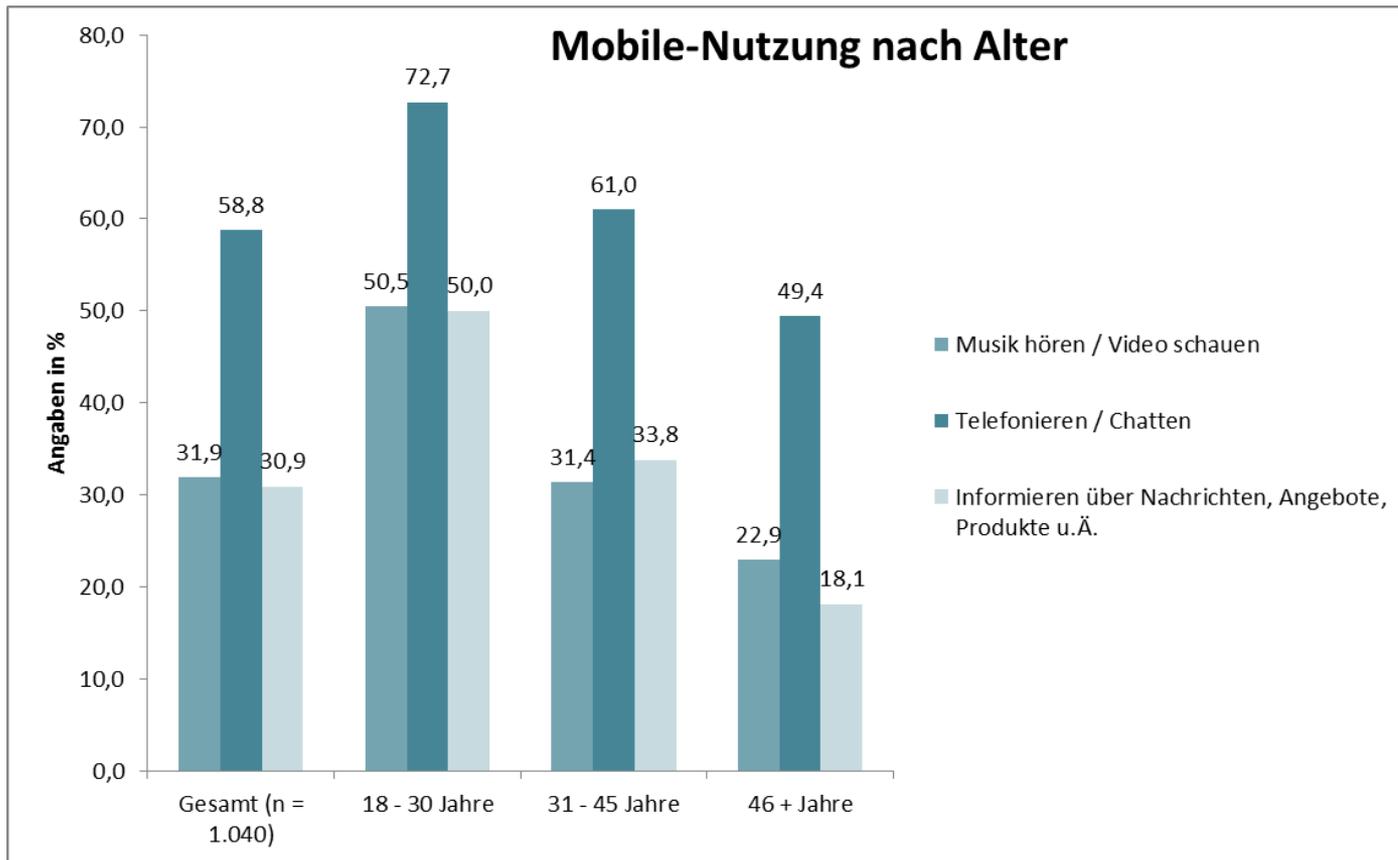
Frage: Wie oft sind Sie außer Haus, d.h. außerhalb Ihrer eigenen vier Wände unterwegs?

Mit „mehrmals täglich“ oder „mindestens einmal täglich“ antworteten (%):

Täglich Out of Home unterwegs	
Gesamt (n = 1.040)	84,9
Männer	86,9
Frauen	83,4
nach Altersgruppen	
18 bis 30 Jahre	91,2
31 bis 45 Jahre	87,4
46 + Jahre	79,3
nach Einkommen	
unter 1.000 €	72,9
1.000 bis unter 1.500 €	74,2
1.500 bis unter 2.000 €	88,1
2.000 bis unter 2.500 €	83,0
2.500 bis unter 3.000 €	84,3
3.000 € und mehr	92,6

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Diese Tätigkeiten erledige ich unterwegs, auf meinem Handy / Smartphone / Tablet:

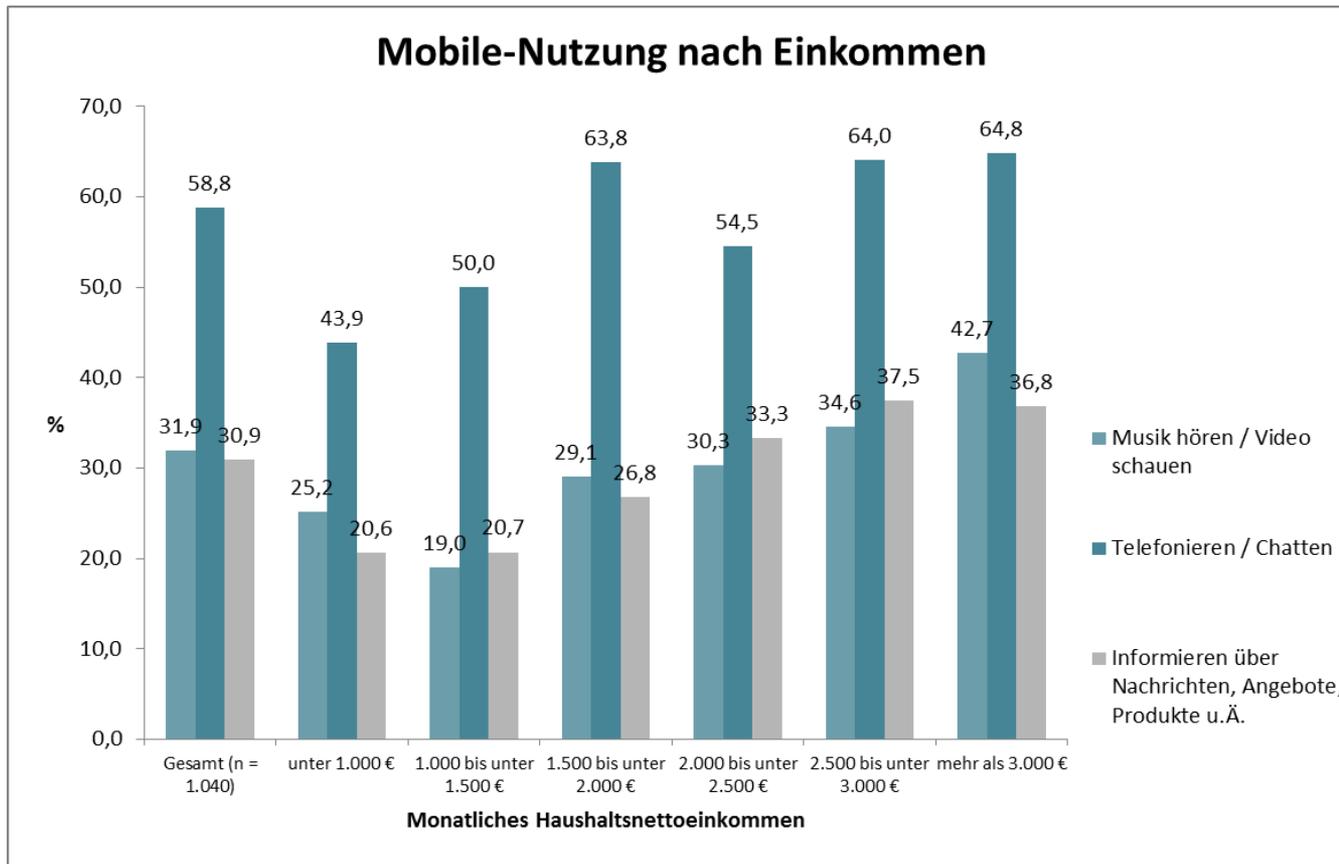


Trendanalyse Mediennutzung 2014

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

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Diese Tätigkeiten erledige ich unterwegs, auf meinem Handy / Smartphone / Tablet:

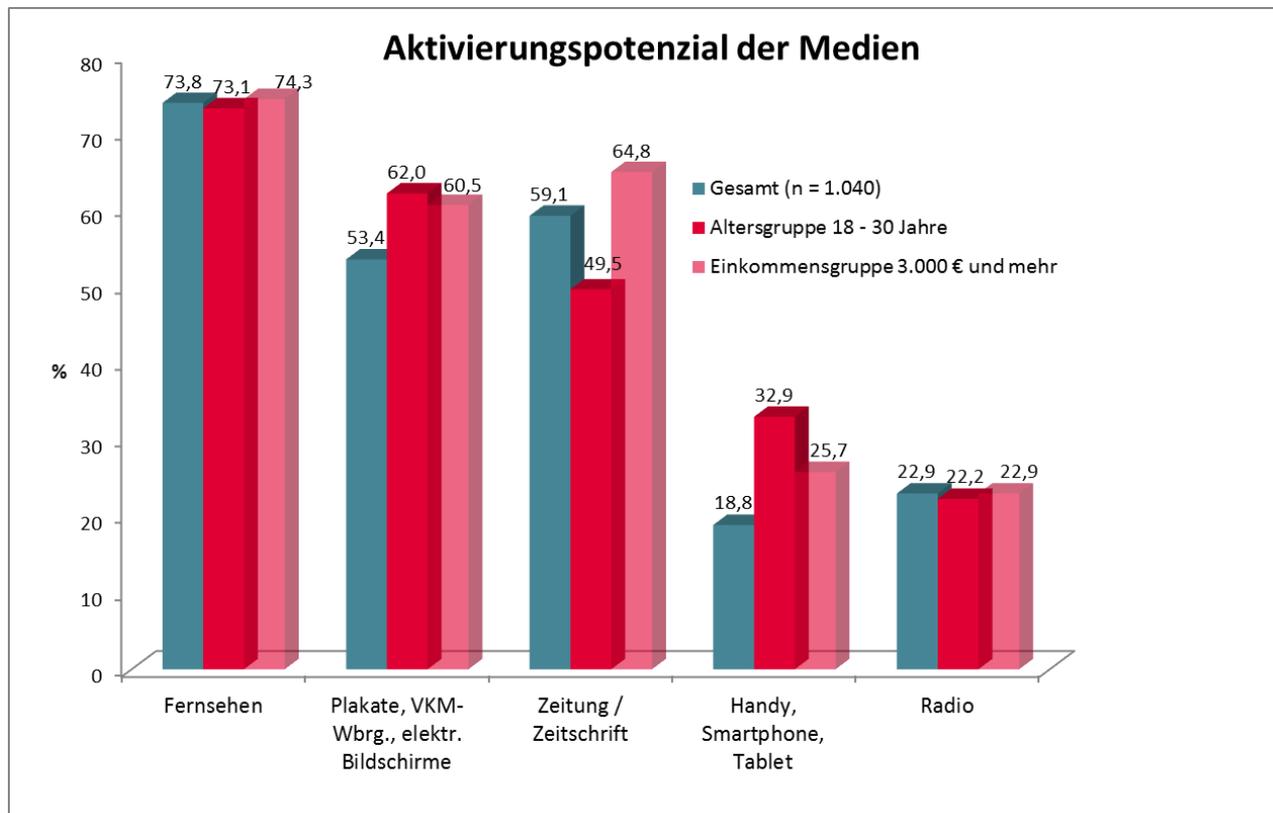


Trendanalyse Mediennutzung 2014

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

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Frage: Welche Art von Werbung hat Sie schon einmal dazu veranlasst, sich für das dort beworbene Produkt zu interessieren, sich darüber zu informieren oder es sogar zu kaufen?



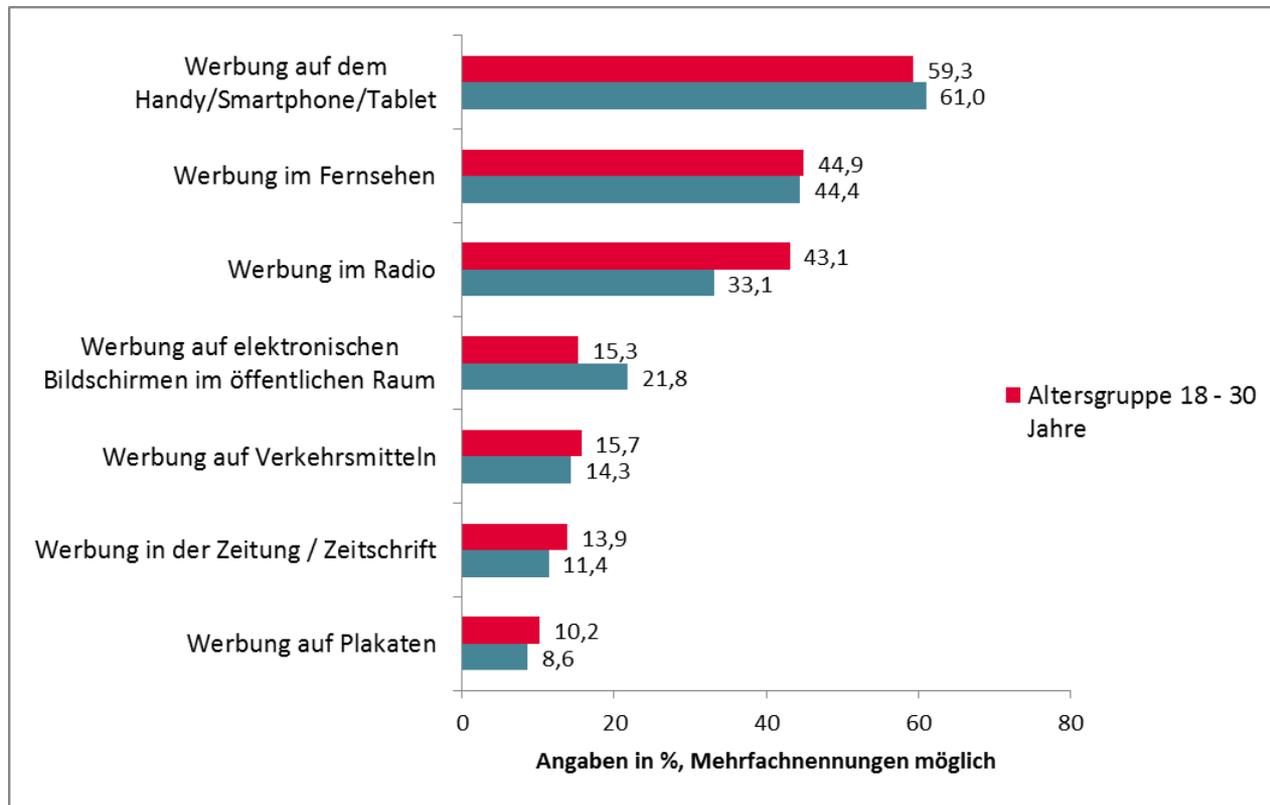
Trendanalyse Mediennutzung 2014

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

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Frage: Werbung ist notwendig, um auf neue Produkte bzw. Angebote aufmerksam zu machen.

Welche Art von Werbung empfinden Sie dabei als störend?



Trendanalyse Mediennutzung 2014

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Studiensteckbrief

Methode:	mafoBUS – Mehrthemen-Online-Befragung
Thema:	Mobilität und Medienverhalten in Deutschland 2014
Stichprobengröße	N = 1.040
Durchführung:	KW 43 – 2014 (Feldarbeit) mafo.de, Hamburg
Auftraggeber:	Fachverband Aussenwerbung e. V., Frankfurt (FAW) PosterSelect Media-Agentur für Außenwerbung, Baden-Baden

Mobilität und Medienverhalten in Deutschland

Studiensteckbrief

Panel-Struktur:

Geschlecht

männlich: (44 %)

weiblich: (56 %)

Alter

18-30 Jahre (21 %)

31-45 Jahre (39 %)

46+ Jahre (40 %)

Region

Nord (21 %)

Süd (30 %)

Ost (24 %)

West (25 %)

Einkommen

bis unter 1.000 € (11 %)

1.000 – 1.500 € (11 %)

1.500 – 2.000 € (12 %)

2.000 – 2.500 € (16 %)

2.500 – 3.000 € (13 %)

3.000 € und mehr (24 %)

k.A. (13%)