

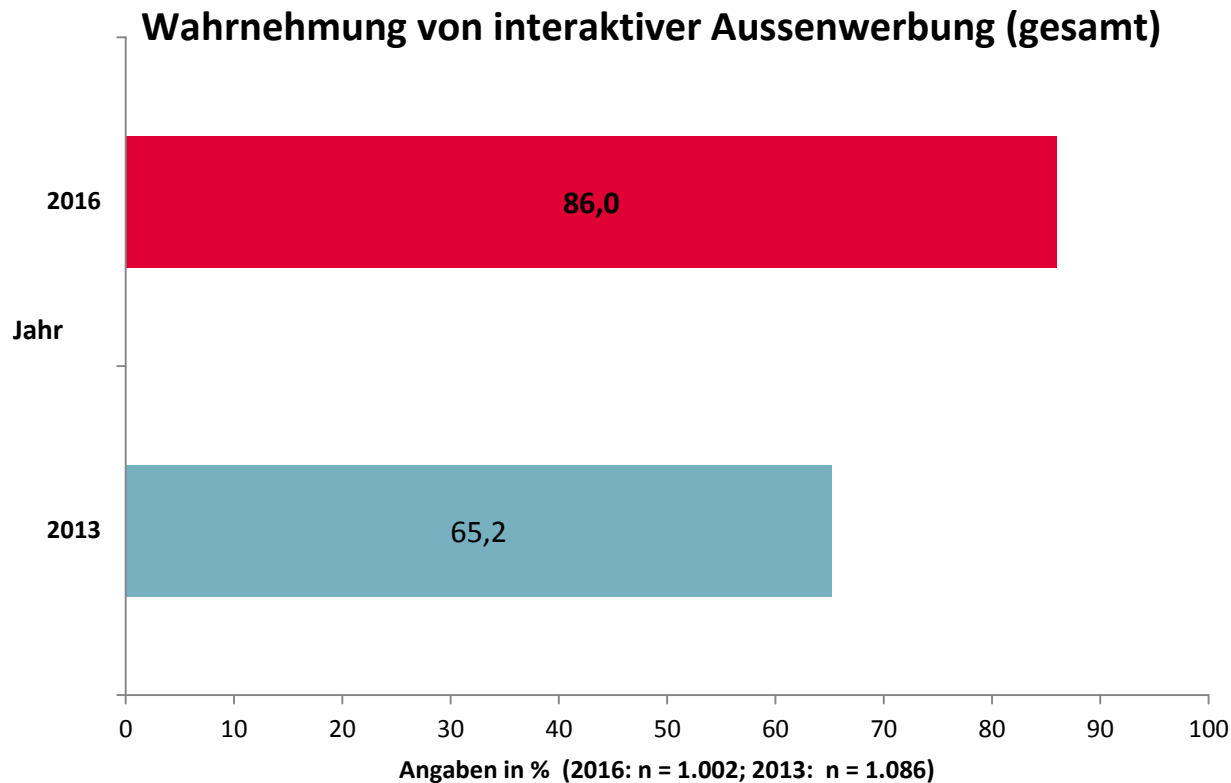
Trendanalyse OOH to Mobile 2016



Wahrnehmung und Akzeptanz
von interaktiver Aussenwerbung

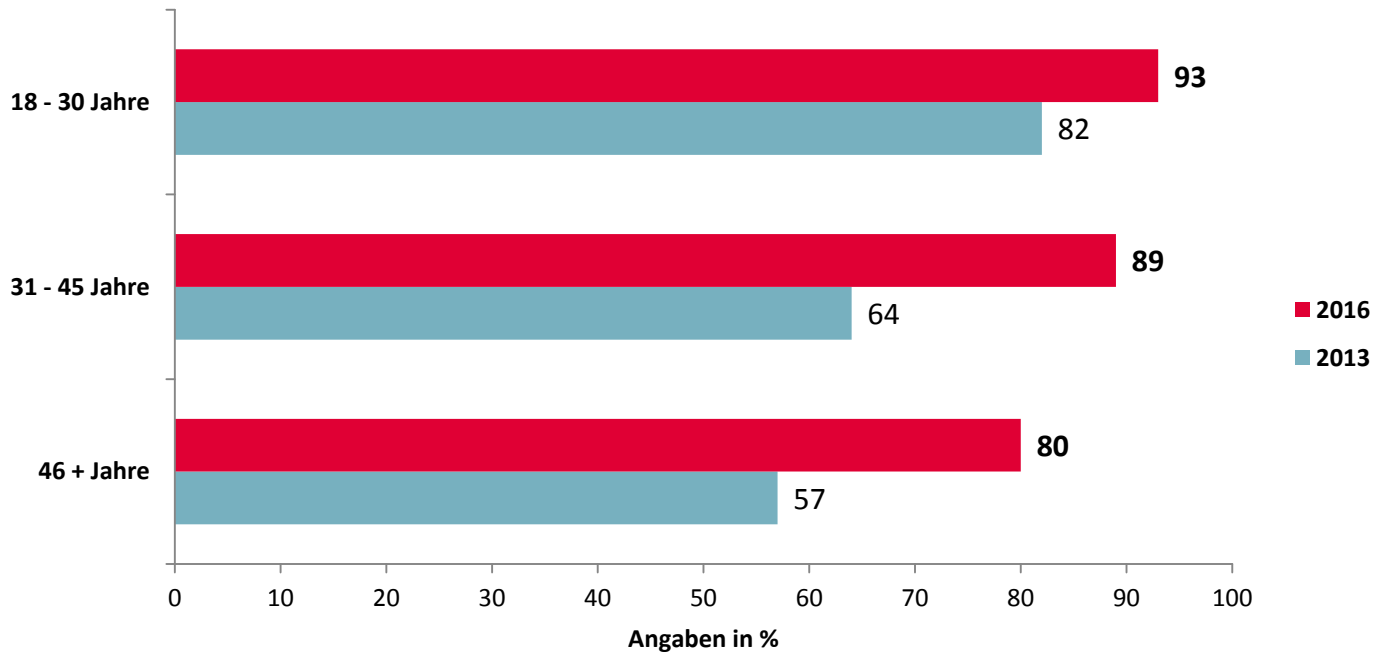
Copyright: Fachverband Aussenwerbung e.V., PosterSelect Media-Agentur für Außenwerbung GmbH

Q1: Immer mehr Plakate und elektronische Bildschirme im öffentlichen Raum sind ‚interaktiv‘: Sie bieten die Möglichkeit, vom Plakat oder Bildschirm mit Hilfe von Smartphone oder Tablet zu einer Internetseite zu gelangen, um dort zusätzliche Informationen oder auch Angebote wie Gewinnspiele, Gutscheine und Rabatte beim Shopping zu erhalten. Man scannt dazu zum Beispiele einen abgedruckten QR-Code ein oder gibt eine Internetadresse am Smartphone oder Tablet ein. Ist Ihnen diese Möglichkeit bekannt bzw. schon einmal aufgefallen?



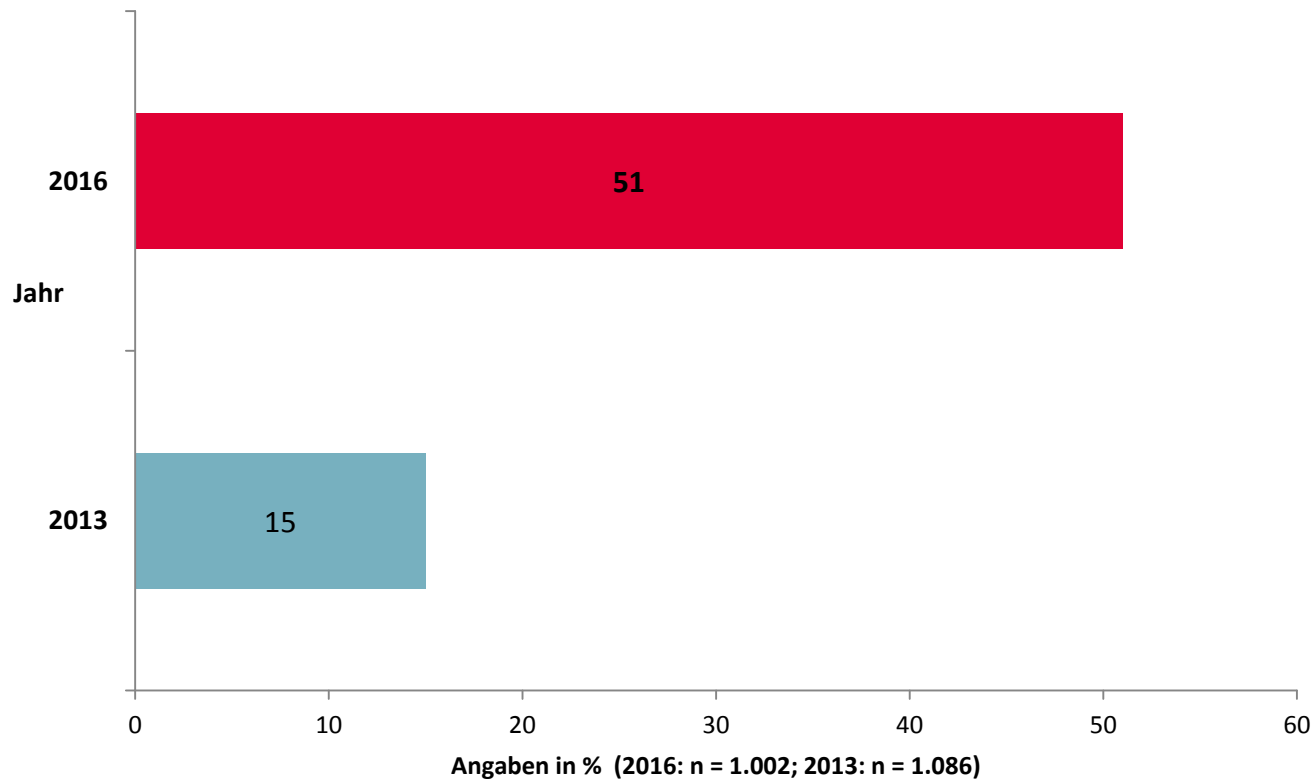
Q1: Immer mehr Plakate und elektronische Bildschirme im öffentlichen Raum sind ‚interaktiv‘: Sie bieten die Möglichkeit, vom Plakat oder Bildschirm mit Hilfe von Smartphone oder Tablet zu einer Internetseite zu gelangen, um dort zusätzliche Informationen oder auch Angebote wie Gewinnspiele, Gutscheine und Rabatte beim Shopping zu erhalten. Man scannt dazu zum Beispiele einen abgedruckten QR-Code ein oder gibt eine Internetadresse am Smartphone oder Tablet ein. Ist Ihnen diese Möglichkeit bekannt bzw. schon einmal aufgefallen?

Wahrnehmung von interaktiver Aussenwerbung nach Alter



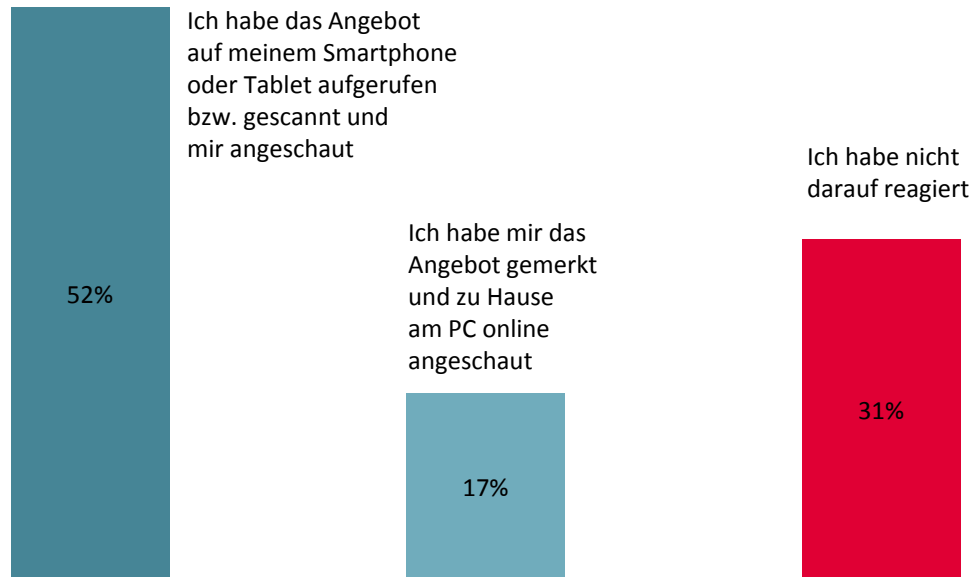
Q2: Haben Sie Ihr Smartphone oder Tablet schon einmal genutzt, um von der Werbung auf einem Plakat oder Bildschirm im öffentlichen Raum zu einer Internet-Seite bzw. einem Online-Angebot zu kommen?

Nutzung von interaktiver Aussenwerbung

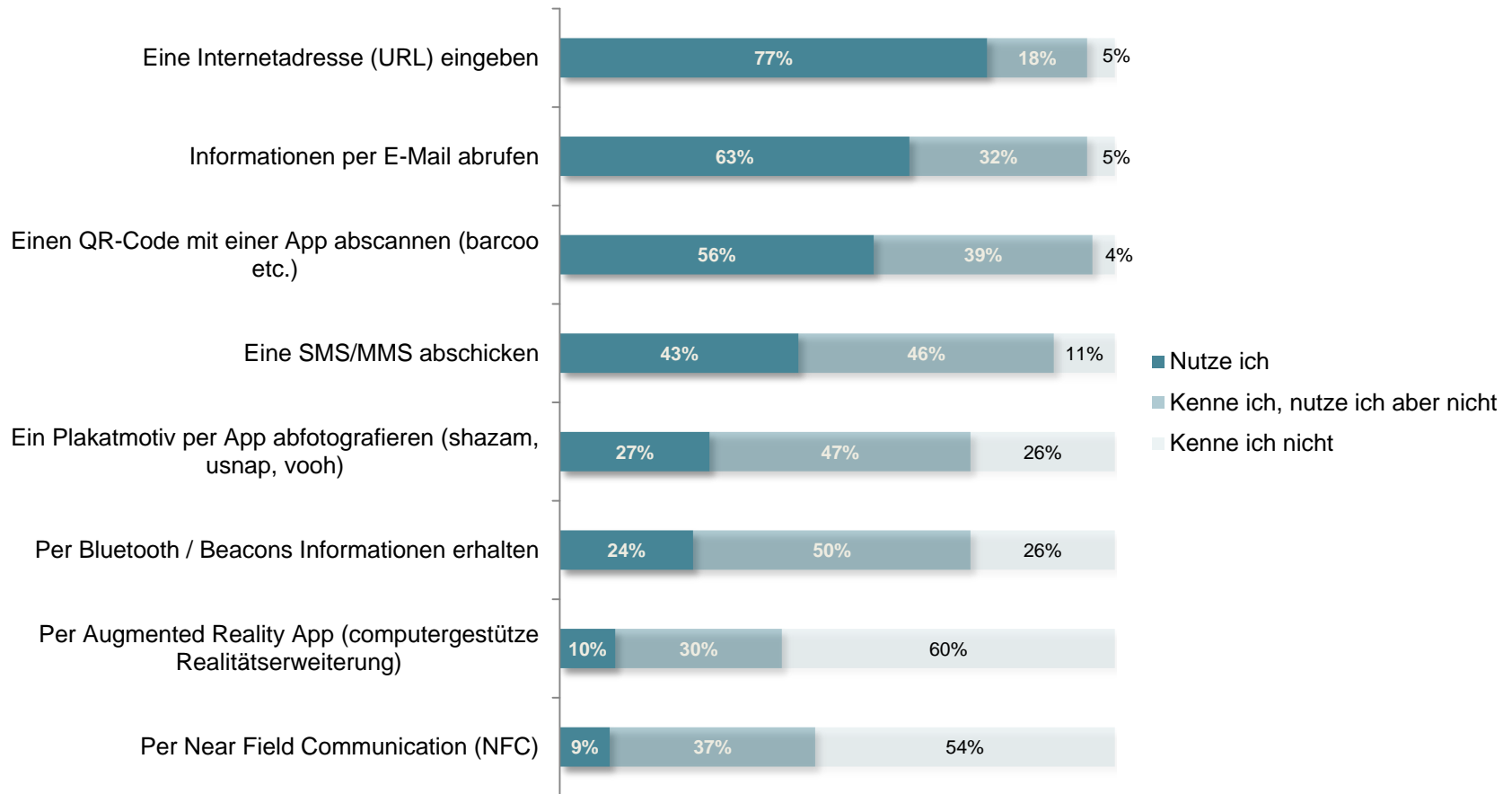


Q2: Haben Sie Ihr Smartphone oder Tablet schon einmal genutzt, um von der Werbung auf einem Plakat oder Bildschirm im öffentlichen Raum zu einer Internet-Seite bzw. einem Online-Angebot zu kommen?

Nutzung von interaktiver Aussenwerbung 2016

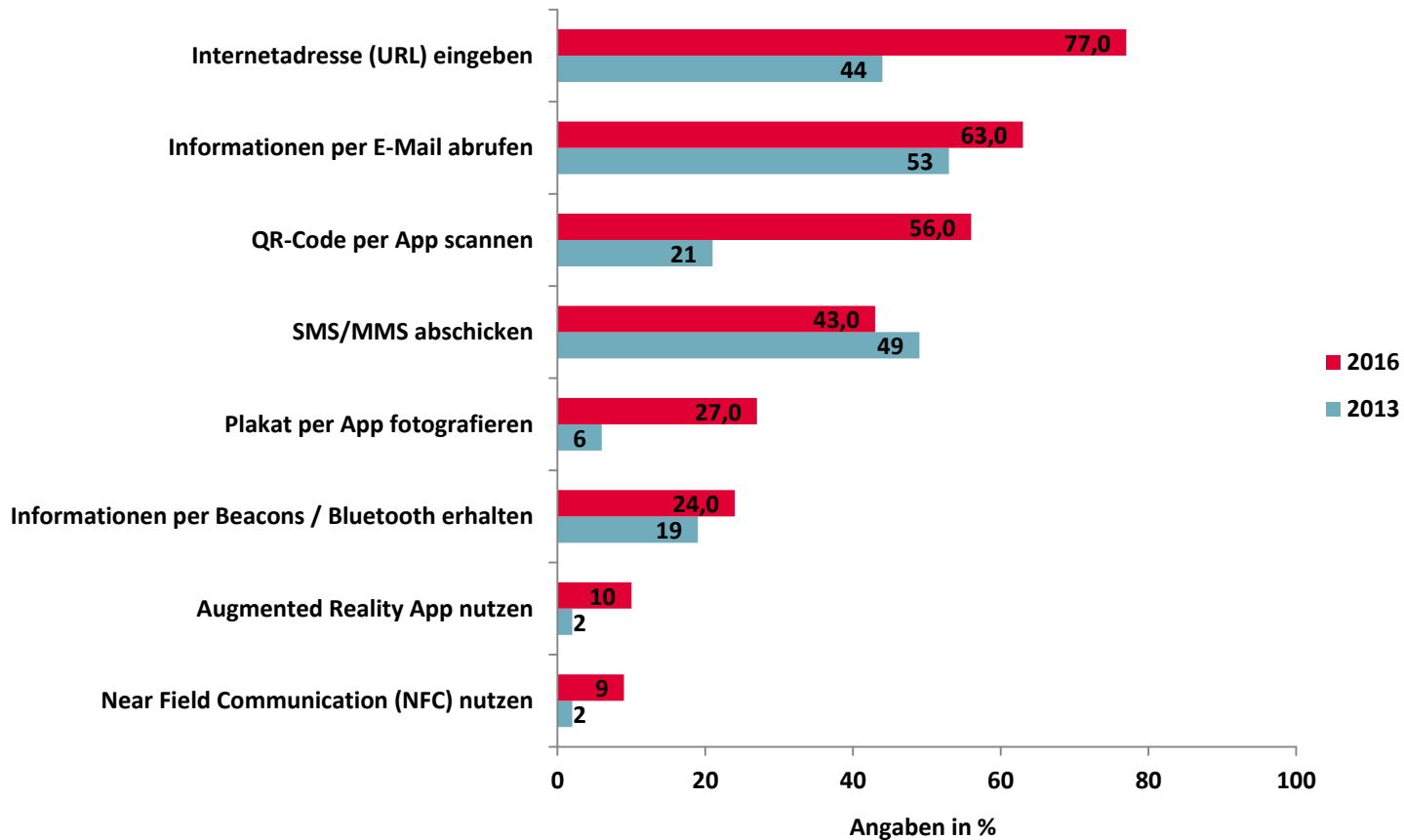


Q3: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um von Plakat/Bildschirm über Smartphone oder Tablet solche Online-Inhalte aufzurufen. Welche dieser Möglichkeiten kennen oder nutzen Sie?



Q3: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um von Plakat/Bildschirm über Smartphone oder Tablet solche Online-Inhalte aufzurufen. Welche dieser Möglichkeiten nutzen Sie?

Nutzung interaktiver Aussenwerbung - Mechanismen

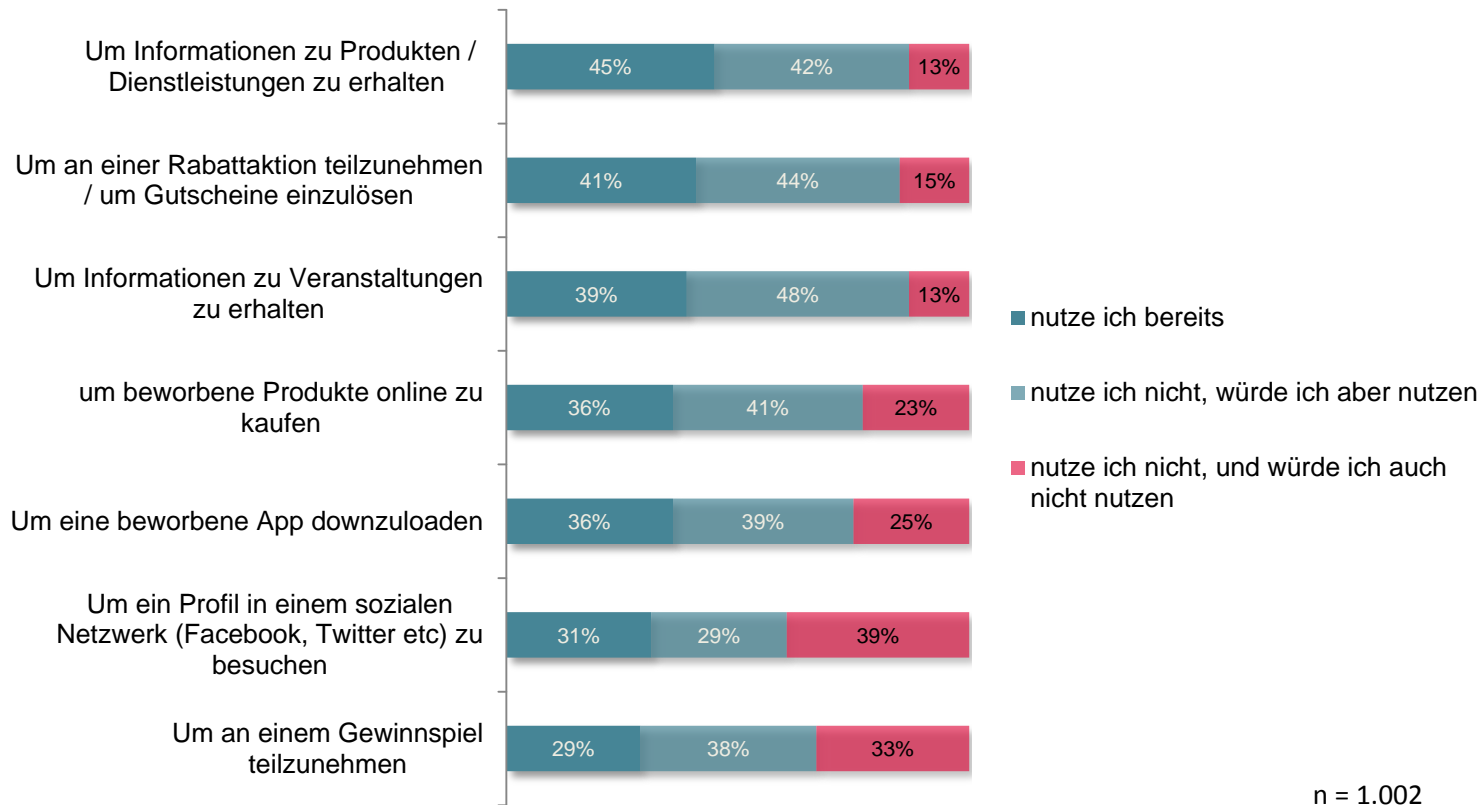


Trendanalyse OOH to Mobile 2016

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

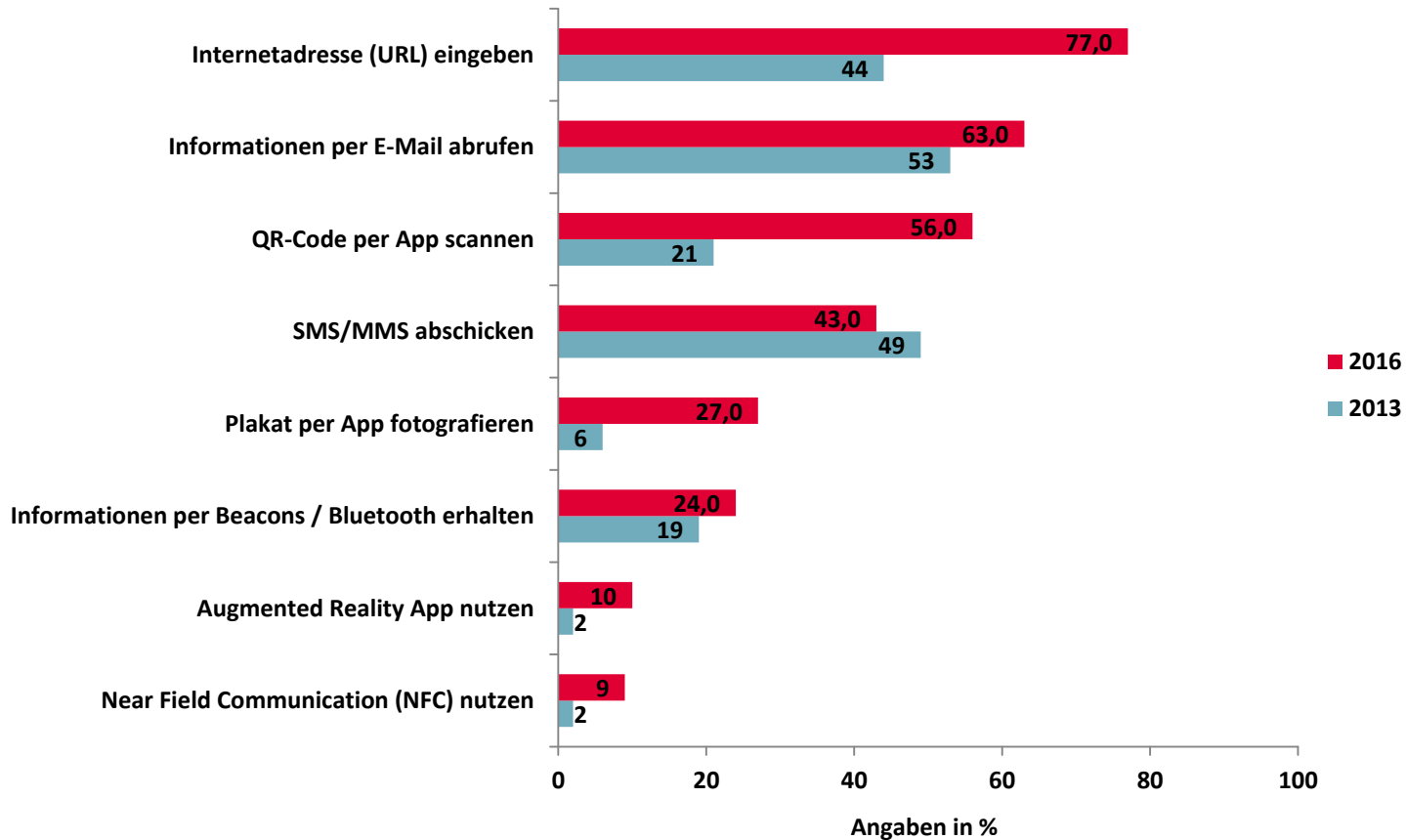
Q4: Aus welchem Anlass würden Sie eine solche Möglichkeit zur Interaktion Plakat/Internet nutzen?

Nutzung interaktiver Aussenwerbung - Anlässe



Q3: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um von Plakat/Bildschirm über Smartphone oder Tablet solche Online-Inhalte aufzurufen. Welche dieser Möglichkeiten kennen oder nutzen Sie?

Nutzung interaktiver Aussenwerbung - Mechanismen



Trendanalyse OOH to Mobile 2016



Steckbrief

Methode:	Online-CAWI-Befragung
Feldzeit:	KW 7 / 2016
Zielgruppe:	18- bis 65-Jährige
Befragungsgebiet:	National
Stichprobengröße:	N = 1.002
Durchführendes Institut:	Research now GmbH, Hamburg