



Trendanalyse 2019

Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Foto: WallDecaux, DCLP

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Digitale Out-of-Home Medien

71%

der Befragten ist die Werbung auf den Werbeträgern bereits aufgefallen

74%

kommen mit den Werbeträgern mehrmals pro Woche in Kontakt

58%

werden durch die Werbung neugierig oder sogar zum Kauf animiert

50%

finden die Werbung / Werbeträger modern

39%

finden die Werbung informativ



Foto: Ströer, Mall Video

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Methodensteckbrief

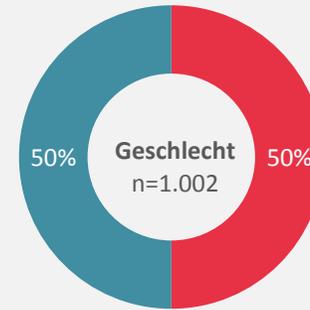
Befragung: Online / gestützte Abfrage durch Fotos

Stichprobe: n=1.002 / Personen ab 18 Jahren

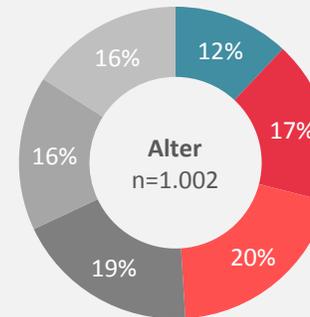
Quotierung: Geschlecht, Alter und Bundesland

Umsetzung: dynata (B2C-Panel)
KW 32 / August 2019

Beauftragung: Fachverband Aussenwerbung e.V.
outmaxx media service AG

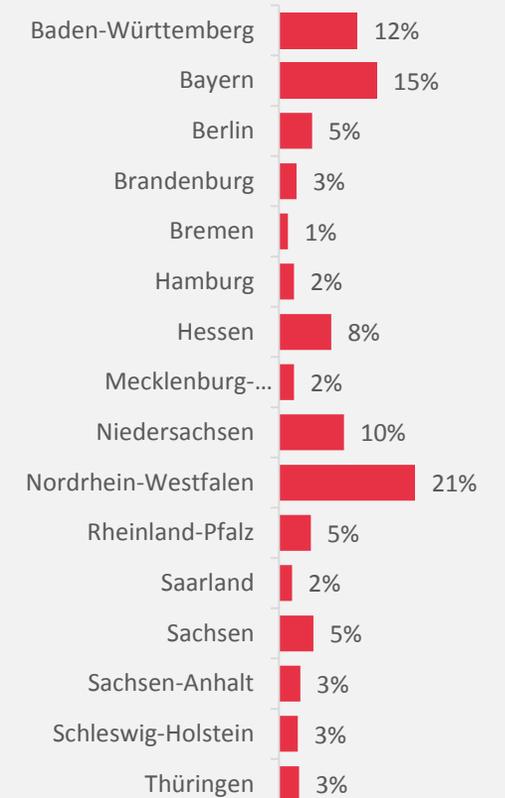


■ männlich ■ weiblich



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ 65+

Bundesländer / Region



Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

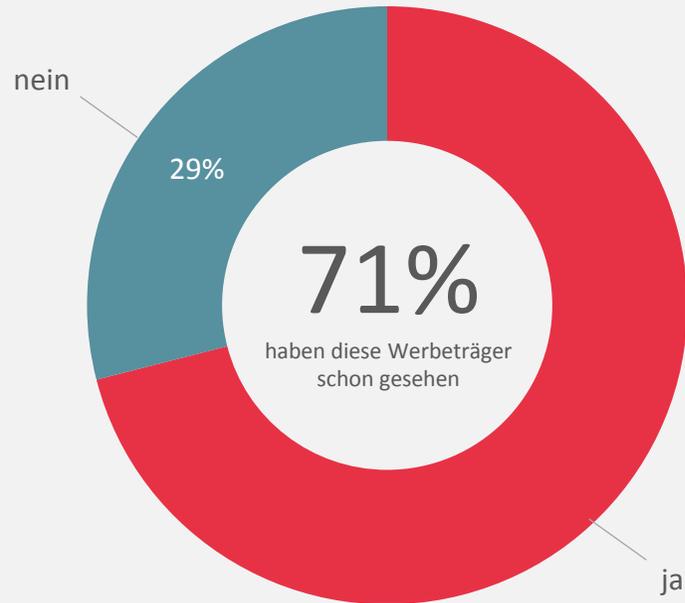
Beispiele digitale Out of Home-Medien / gestützte Abfrage



Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Wahrnehmung Allgemein

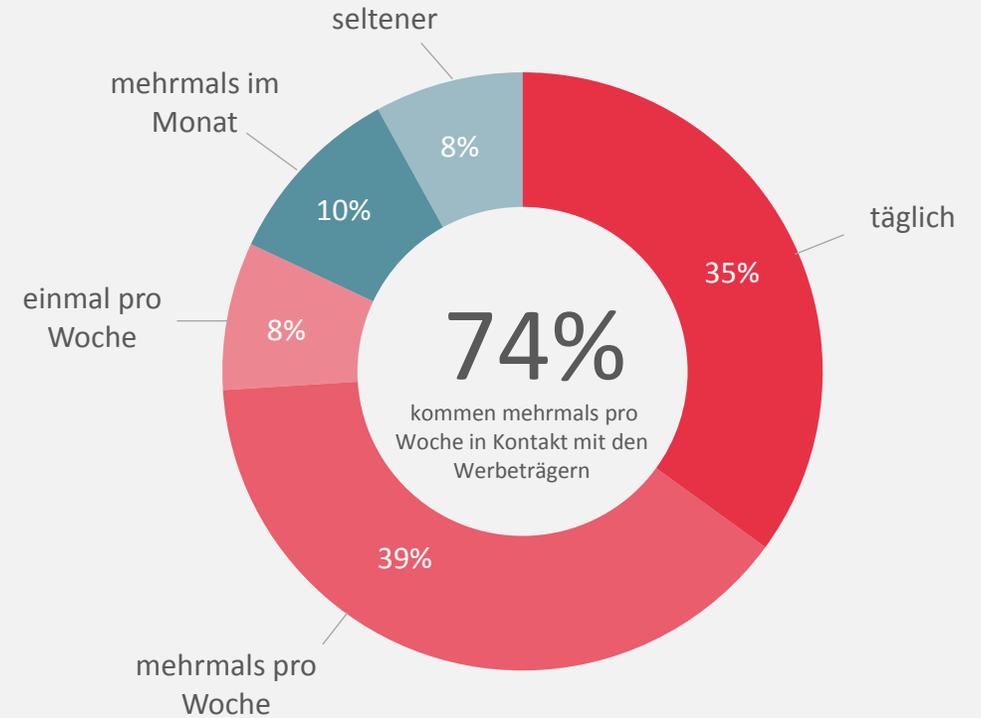
Wenn Sie unterwegs sind, ist Ihnen dabei auch schon Werbung auf digitalen Bildschirmen bzw. Werbeträgern aufgefallen?



(Alle Befragten n=1.002)

Kontakthäufigkeit

Bitte schätzen Sie, wie häufig Sie mit diesen Bildschirmen bzw. Werbeträgern auf ihren üblichen Wegen in Kontakt kommen?

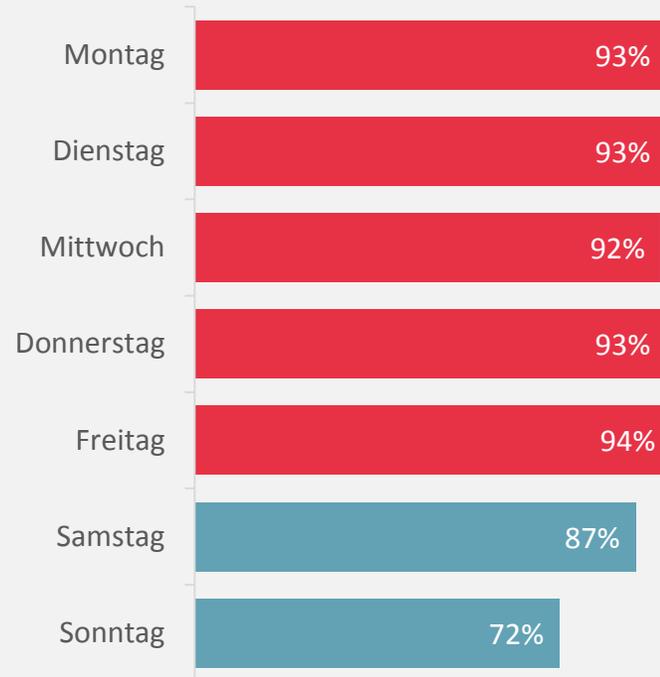


(DOOH-Seher n=707)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Allgemeine Mobilität

An welchen Wochentagen sind Sie im Allgemeinen unterwegs?
(Mehrfachnennungen)



(Alle Befragten n=1.002)

Wegezweck

Zu welchen Anlässen und für welche Wege sind Sie täglich bzw. regelmäßig „out of home“ unterwegs?
(Mehrfachnennungen)

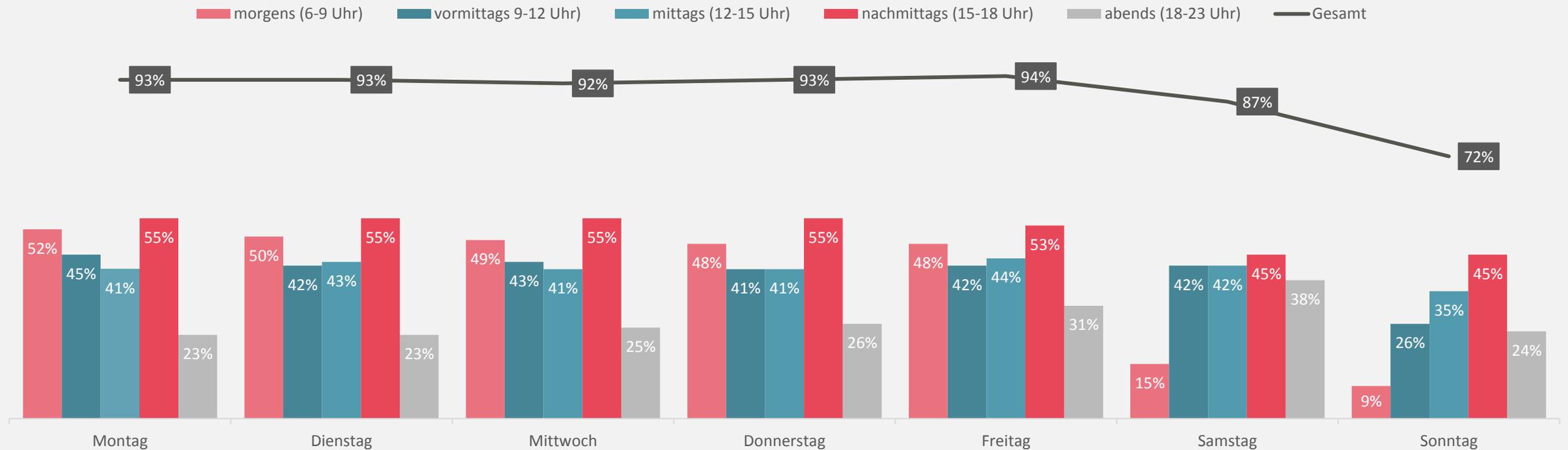


(Alle Befragten n=1.002)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Allgemeine Mobilität

An welchen Wochentagen und Tageszeiten sind Sie im Allgemeinen unterwegs?



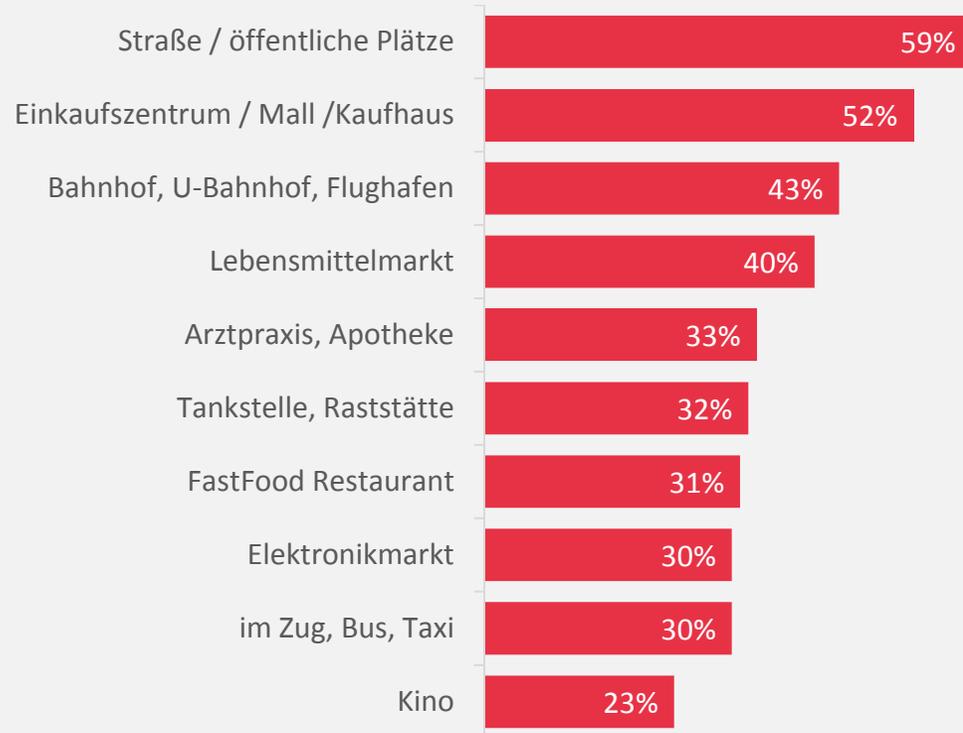
(Alle Befragten n=1.002)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Wahrnehmung der Umfelder / Touchpoints

Wo haben Sie in letzter Zeit Werbung auf digitalen Bildschirmen bzw. Werbeträgern wahrgenommen?

(Mehrfachnennungen)



(DOOH-Seher n=707)



Foto: Stroer, Roadside Screen

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Werbebeurteilung

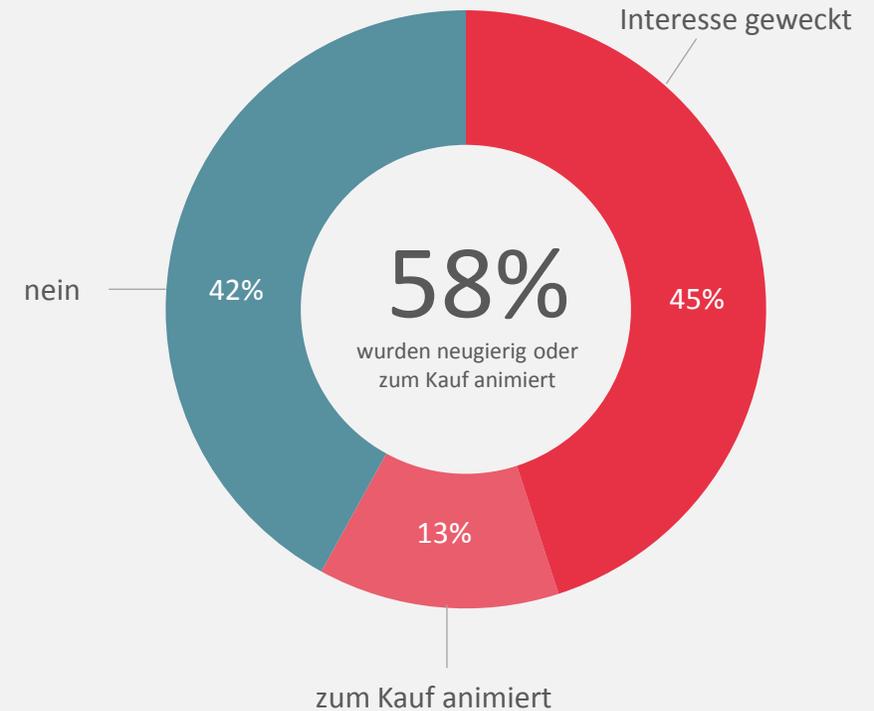
Wie würden Sie die Werbung auf digitalen Bildschirmen bzw. Werbeträgern im Allgemeinen beschreiben?
(Mehrfachnennungen)



(DOOH-Seher n=707)

Werbewirkung

Hat die Werbung auf digitalen Bildschirmen bzw. Werbeträgern schon einmal Ihr Interesse geweckt und / oder Sie zum Kauf animiert?
(Mehrfachnennungen)

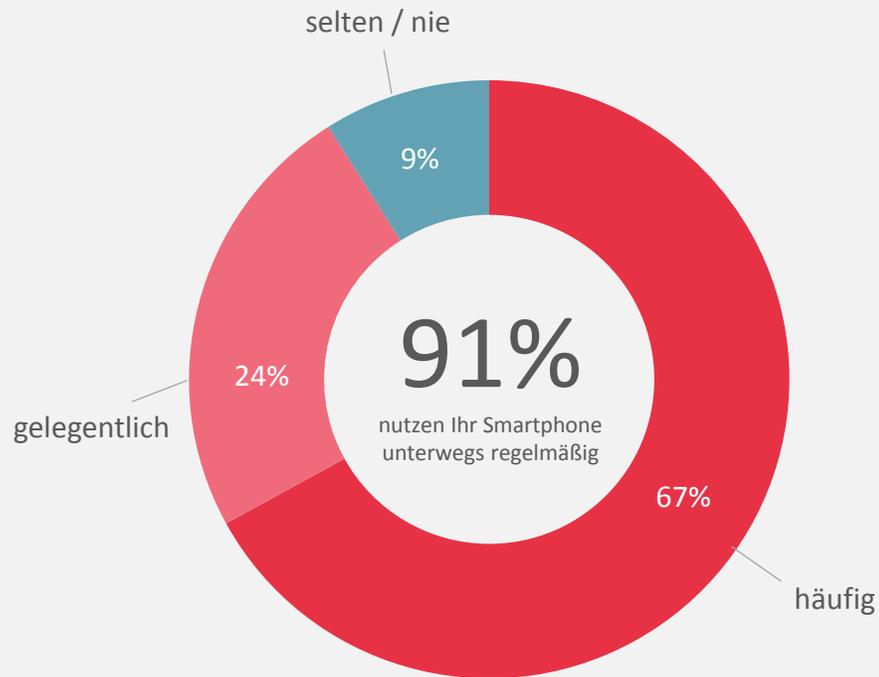


(DOOH-Seher n=707)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Smartphone Nutzung

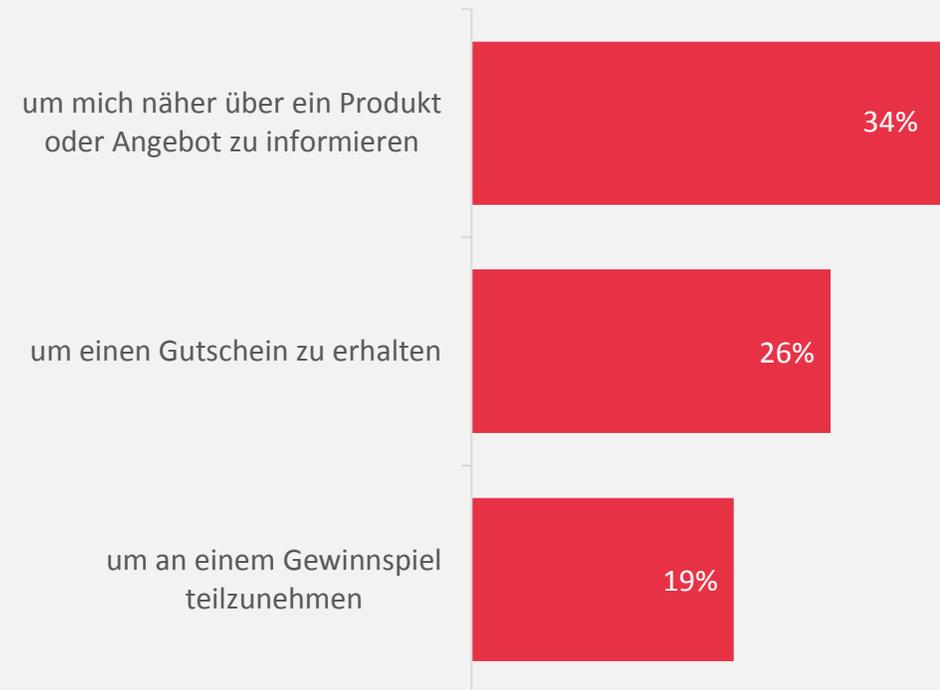
Wie oft nutzen Sie Ihr Smartphone, wenn Sie „out of home“ unterwegs sind?



(DOOH Seher mit Smartphone n=670)

Interaktion

Zu welchen Anlässen haben Sie schon Interaktionsmöglichkeiten mit dem Smartphone und Werbung auf digitalen Bildschirmen genutzt?
(Mehrfachnennungen)

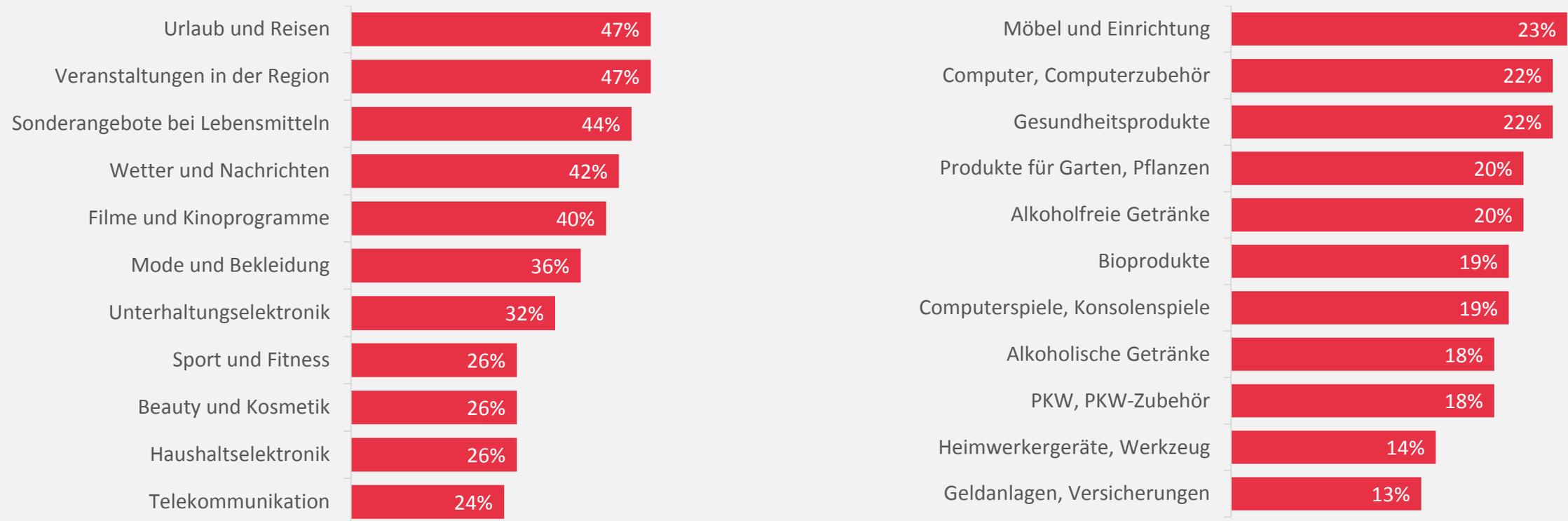


(DOOH-Seher mit Smartphone n=670)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Themeninteresse Allgemein

Wenn Sie an Werbung auf digitalen Bildschirmen bzw. Werbeträgern denken - für welche Themenbereiche interessieren Sie sich bzw. welche könnten im Allgemeinen Ihr Interesse wecken? (Mehrfachnennungen)



(DOOH-Seher n=707)

Trendanalyse 2019: Wahrnehmung digitaler Out of Home-Medien (DOOH)

Ein Blick in die jüngeren Zielgruppen

Von den Konsumenten...
sind täglich bzw. regelmäßig „out of home“ zum Einkaufen / Shopping unterwegs
besitzen ein Smartphone
nutzen Ihr Smartphone regelmäßig, wenn sie „out of home“ unterwegs sind
bemerken Werbung auf digitalen Bildschirmen / Werbeträgern
haben sich durch Werbung auf digitalen OOH-Medien für ein Produkt interessiert oder zum Kauf animieren lassen
haben bereits die Möglichkeit zur Interaktion mit Werbung auf digitalen OOH-Medien genutzt
finden die Werbung auf digitalen Bildschirmen / Werbeträgern modern
verbinden mit Werbung auf digitalen OOH-Medien grundsätzlich Hinweise auf neue Angebote

	18-24 Jahre	25-34 Jahre	Gesamt 18-99 Jahre
	76%	83%	85%
	99%	98%	93%
	98%	94%	87%
	88%	77%	71%
	69%	73%	58%
	72%	64%	51%
	46%	46%	50%
	56%	45%	48%

(DOOH-Seher n=707)

Kontakt und weitere Informationen

Karin Winter
Telefon +49 069 7191 67-40
winter@faw-ev.de

Fachverband Aussenwerbung e. V.
Franklinstraße 62
60486 Frankfurt
www.faw-ev.de

Andreas Kiechle
Telefon: +49 211 15 76 79-22
akiechle@outmaxx.de

outmaxx media service AG
Büro Düsseldorf
Neumannstr. 10
40235 Düsseldorf
www.outmaxx.de

Die Nutzung und Weitergabe an Dritte ist nur mit vollständiger Angabe der Urheber gestattet.

© 2019 Fachverband Aussenwerbung e. V. | outmaxx media service AG