

Key Facts zur Studie

Relevanz und Wahrnehmung von Airport-Medien

POSTERSELECT



IAM
Initiative
airport
media



- 72% der Befragten halten sich min. einmal im Jahr am oder im Flughafen auf.
- 89 % der Besucher halten sich 1 Stunde oder länger am Flughafen auf.
- Folgende Medien sind am häufigsten aufgefallen:
 - Hinterleuchtete Flächen / Plakate (70%)
 - Große Posterflächen (61%)
 - Digitale Werbemedien (58%)
 - Promotionaktionen & Ausstellungsflächen (56%)
- Am meisten werden Airport-Medien beschrieben:
 - sind international (39%)
 - fallen auf (38%)
 - passen gut in das Umfeld (37%)
- Die Befragten fänden außerdem folgende Interaktionsmöglichkeiten am Flughafen interessant:
 - Gutschein-Downloads zum Einkauf am Flughafen (45%)
 - Kostenlose Leseproben-Downloads (26%)
 - Einfache Online-Bestellung eines Produkts (24%)

Studiensteckbrief

Methode: Mehrthemen Online-Befragung
Stichprobengröße: N = 1.077 Befragte (45% männlich, 55% weiblich)

Durchführung: KW 39/40 2014, mafo.de, Hamburg
Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Initiative Airport Media