

# Key Facts zur Studie

## Interaktion von Plakatwerbung mit Smartphones

POSTERSELECT



- 65% ist die Möglichkeit der Verbindung von Plakatwerbung zu Online-Inhalten bekannt.
- 82% der jungen Zielgruppen (18-30 Jahre) kennen diesen Mechanismus.
- 66% würden die Interaktionsmöglichkeit beim Warten auf Bus und Bahn nutzen.
- 61% würden diese Möglichkeit zur Information über Produkte oder Dienstleistungen nutzen.
- 92% kennen oder nutzen E-Mails zum Abruf von Online-Inhalten und 91% kennen oder nutzen SMS/MMS zum Abruf von Online-Inhalten.



### Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung  
Stichprobengröße: N = 1.086 Befragte (41% männlich, 59% weiblich)

Durchführung: KW 21/2013, mafo.de, Hamburg  
Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Fachverband Aussenwerbung e.V.