

# Key Facts zur Studie

## Wahrnehmung digitaler Werbung im öffentlichen Raum

POSTERSELECT



- Im öffentlichen Raum haben **74%** der Befragten schon einmal Werbung auf digitalen Bildschirmen wahrgenommen.
- Digitale Bildschirme werden besonders wahrgenommen von:  
Männern mit **77 %**  
18-30-jährigen mit **84 %**
- Mit dieser Werbeform kommen **39 %** täglich oder mehrmals pro Woche in Kontakt.
- Digitale Bildschirme fallen besonders auf:  
**65 %** am Bahnhof / U-Bahnhof  
**51 %** am oder im Einkaufszentrum
- Werbung auf Digitalen Bildschirmen wird von den Befragten bewertet als:  
Informativ von **50 %**  
Unterhaltsam von **46 %**



### Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung  
Stichprobengröße: N = 1.004 Befragte (46% männlich, 54% weiblich)

Durchführung: KW 23/2015, mafo.de, Hamburg  
Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Fachverband Aussenwerbung e.V.