

Key Facts zur Studie

POSTERSELECT

Wahrnehmung interaktiver Plakate / elektr. Bildschirme im öffentlichen Raum



- Interaktive Plakate und elektronische Bildschirme im öffentlichen Raum sind **86%** der Befragten bereits aufgefallen.
- **52 %** haben ihr Smartphone und/oder Tablet sogar schon einmal genutzt, um von der Werbung auf einem Plakat oder Bildschirm im öffentlichen Raum zu einer Internet-Seite bzw. einem Online-Angebot zu gelangen.
- Interaktive Plakate und elektronische Bildschirme sind besonders bekannt bzw. besonders aufgefallen bei:
 - Männern mit **91 %**
 - 18-30-jährigen mit **93 %**
 - Personen mit einem Einkommen ab 3.000 € mit **93 %**
- Um von Plakaten / Bildschirmen über Smartphone oder Tablet Online-Inhalte abzurufen, wird am meisten die Möglichkeit genutzt:
 - Eine Internetadresse (URL) eingeben mit **77 %**
 - Informationen per E-Mail abrufen mit **63 %**
- Interaktive Plakate und elektronische Bildschirme werden hauptsächlich genutzt:
 - Um Informationen zu Produkten/Dienstleistungen zu erhalten mit **45 %**



Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung

Stichprobengröße: N = 1.002 Befragte (59% männlich, 41% weiblich)

Durchführung: KW 07/2016, research now GmbH, Hamburg

Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Fachverband Aussenwerbung e.V.