

Key Facts zur Studie

Relevanz und Wahrnehmung von Medien an Bahnhöfen

POSTERSELECT



- Folgende Werbeformen sind den Befragten am häufigsten aufgefallen:
 - Plakate an den Wänden /Glaskästen (83%)
 - Bildschirmwerbung/elektr. Werbung (61%)
 - Riesenposter/übergroße Plakate (62%)
- Personen im Alter von 18-30 Jahren nehmen besonders Plakate an den Wänden / Glaskästen (86%) sowie Riesenposter / übergroße Plakate wahr (66%)
- Personen mit einem Einkommen von 2.500 bis 3.000 € nehmen besonders Bildschirm-werbung / Elektr. Werbung wahr (67%)
- Am meisten wird Bahnhofswerbung beschrieben:
 - macht den Bahnhof bunter/schöner 49 %
 - ist informativ (36%)
 - passt gut in das Umfeld (34%)



Studiensteckbrief

Methode: Mehrthemen Online-Befragung
Stichprobengröße: N = 1.000 Befragte (43% männlich, 57% weiblich)

Durchführung: KW 21 2014, mafo.de, Hamburg
Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Fachverband Aussenwerbung e.V.