

Key Facts zur Studie

Wahrnehmung und Relevanz digitaler Bildschirme im öffentlichen Raum

POSTERSELECT



- 65% haben bereits schon einmal Werbung auf digitalen Bildschirmen wahrgenommen.
- Produktinformationen sind mit 61% die am meist wahrgenommenen Inhalte.
- Diese werden mit 57% am häufigsten an Gebäuden/Straßen und an Bahnhöfen/U-Bahnhöfen/Flughäfen wahrgenommen.
- 56% bewerten Werbung auf digitalen Bildschirmen als informativ. Nur 9% empfinden sie als störend.



Studiensteckbrief

Methode: Online-Befragung
Stichprobengröße: N = 366 Befragte (50,3% männlich, 49,7% weiblich)

Durchführung: KW 04/2013, mafo.de, Hamburg
Auftraggeber: PosterSelect GmbH, Fachverband Aussenwerbung e.V.