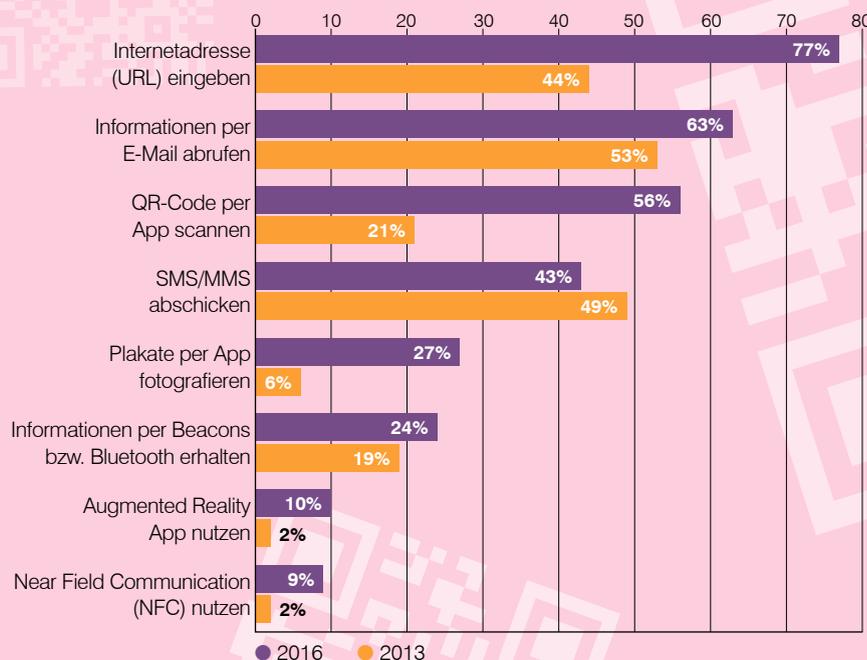


Interaktive Außenwerbung

Immer mehr Plakate und elektronische Bildschirme im öffentlichen Raum sind interaktiv. Doch wird das wahrgenommen und letztlich tatsächlich genutzt? Kennen die User überhaupt die zahlreichen Möglichkeiten der interaktiven Außenwerbung?



77%

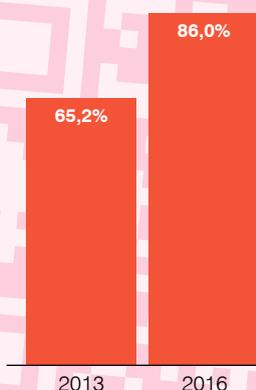
Interaktive Info per URL

Es gibt die verschiedensten Möglichkeiten, um von Plakat/Bildschirm über Smartphone oder Tablet Online-Inhalte aufzurufen. Vergleicht man die Jahre 2013 und 2016, lässt sich erkennen, dass diese Möglichkeiten nun viel häufiger genutzt werden. Lediglich das Versenden von SMS/MMS hat nachgelassen: 2013 kamen so noch 49% zu Onlineinhalten, 2016 waren es noch 43%. Am häufigsten wird einfach die Internetadresse eingegeben (77%).

45%

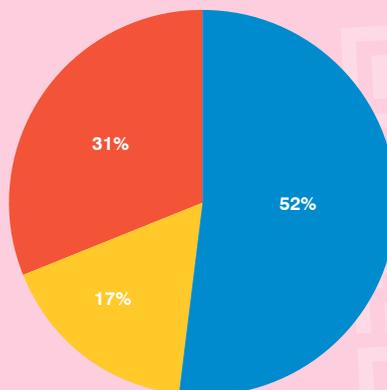
Ganz traditionell

Aus welchem Anlass nutzt man eigentlich die Interaktion Plakat/Internet? Hier gaben 45% der Befragten an, um Informationen zu Produkten/Dienstleistungen zu erhalten; lediglich 29% gaben an, um an einem Gewinnspiel teilzunehmen.



+20,8%

2013 gaben 65,2% der Befragten an, interaktive Außenwerbung wahrzunehmen; 2016 waren es bereits 86%.



Mobil

52% haben schon ihr Smartphone oder Tablet genutzt, um von der Werbung auf einem Plakat oder Bildschirm im öffentlichen Raum zu einer Internet-Seite zu kommen.

- Angebot gleich angesehen
- Angebot gemerkt und zuhause online angeschaut
- Habe nicht auf das Angebot reagiert