

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV



Aussenwerbung trifft. Öffis.

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024:
Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr)

Verkehrsmedien im ÖPNV ...

- sind in der Befragung als Werbung auf/in Bus, Bahn und Taxi definiert.
- 78 % der Befragten nutzen den ÖPNV (regelmäßig), in der Zielgruppe 18-24 Jahre liegt der Anteil sogar bei 87 %.
- 76 % der ÖPNV-Fahrgäste nutzen das Smartphone während der Fahrt.
- 72 % der ÖPNV-Fahrgäste schauen während der Fahrt aus dem Fenster.
- 84 % der ÖPNV-Fahrgäste geben an, Aussenwerbung auf Verkehrsmedien mindestens zu kennen bzw. dass ihnen diese aufgefallen ist. Bei Innenwerbung sind es sogar 90 %.
- 77 % der ÖPNV-Fahrgäste geben an, dass ihnen Werbung in einer Wartesituation aufgefallen ist.

(n=1.005 bzw. n=779)

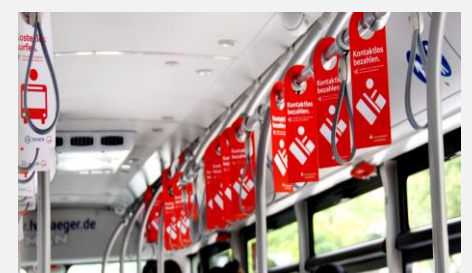


Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Beispiele Aussenwerbung / gestützte Abfrage



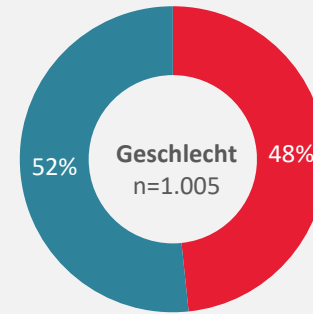
Beispiele Innenwerbung / gestützte Abfrage



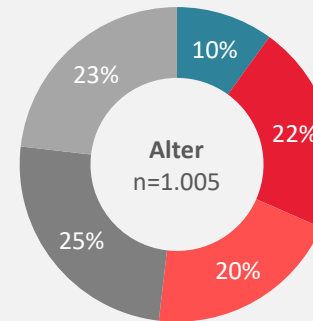
Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Studiendesign

- Befragung: CAWI (Online) / gestützte Abfrage
- Stichprobe: n=1.005
- Feldzeit: 13.05.- 18.05.2024
- Zielgruppe: 18+ Jahre
- Gebiet: National
- Durchführung: Cint
- Beauftragung: Fachverband Aussenwerbung e. V.

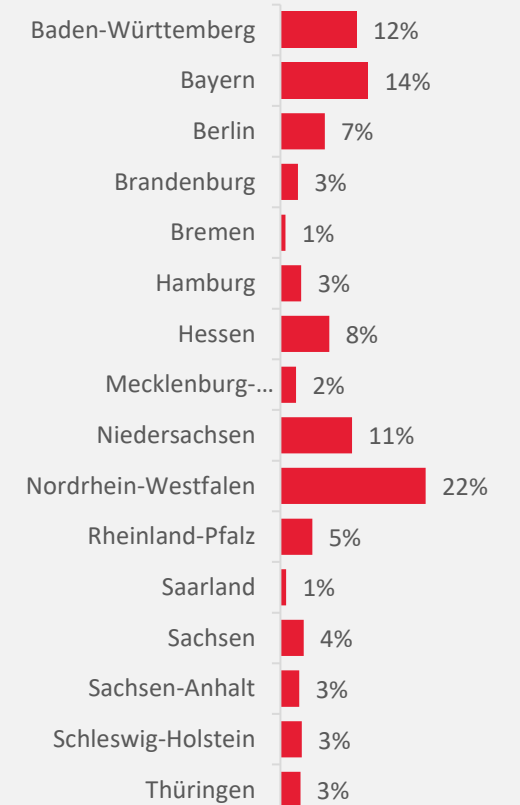


■ männlich ■ weiblich



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64

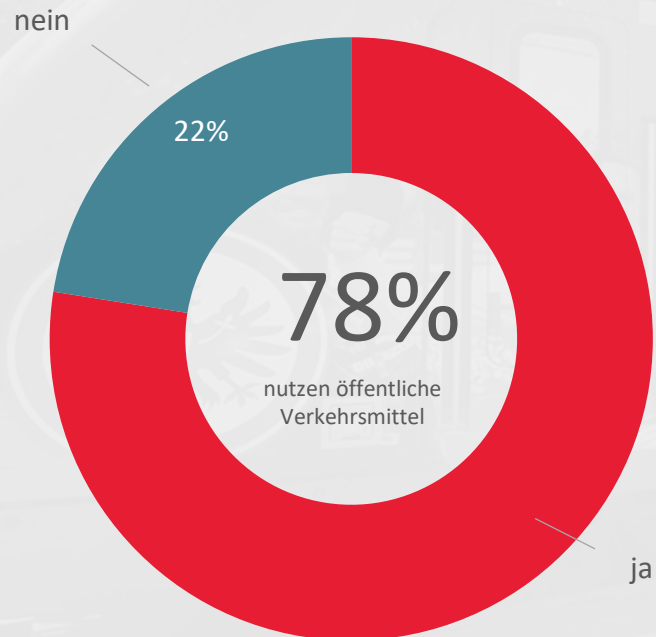
Bundesländer / Region



Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

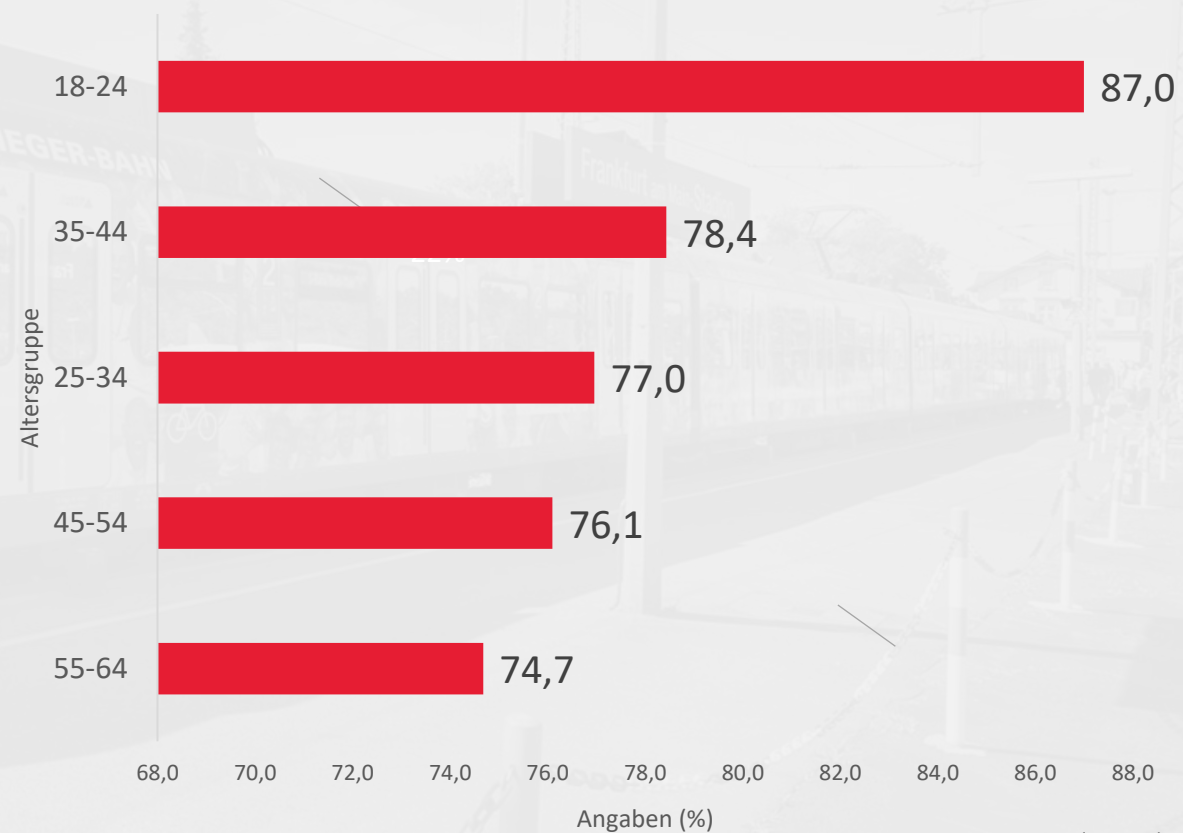
Allgemeine ÖPNV-Nutzung

Nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel wie Bus, Bahn oder Taxi?



(n=1.005)

Allgemeine ÖPNV-Nutzung nach Altersgruppen

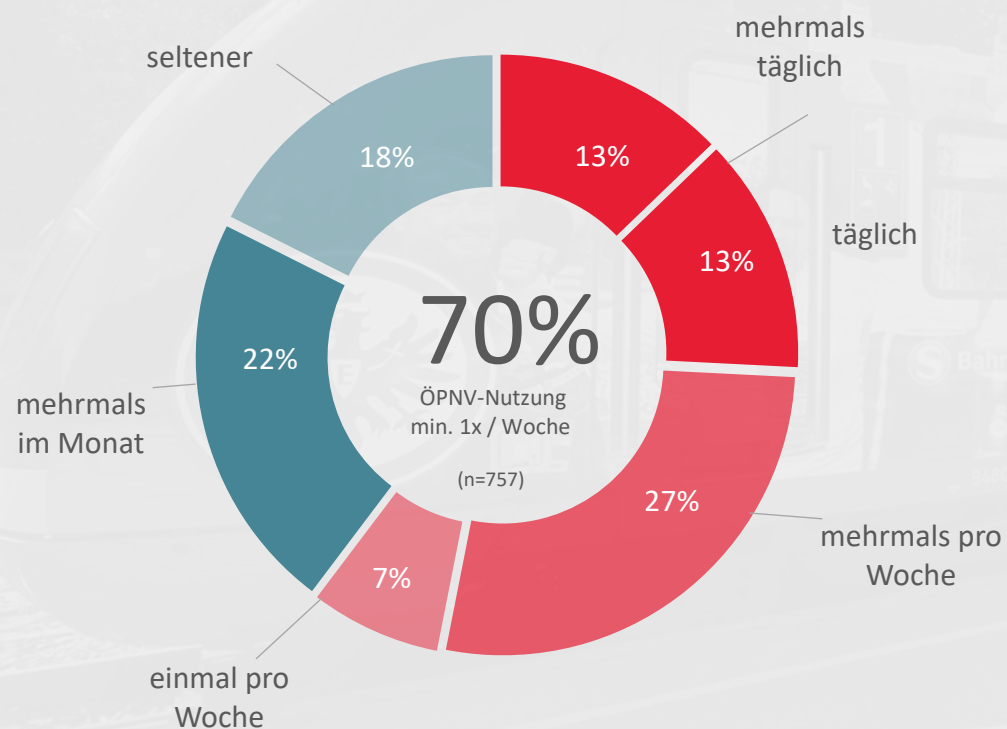


(n=1.005)

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Nutzungshäufigkeit

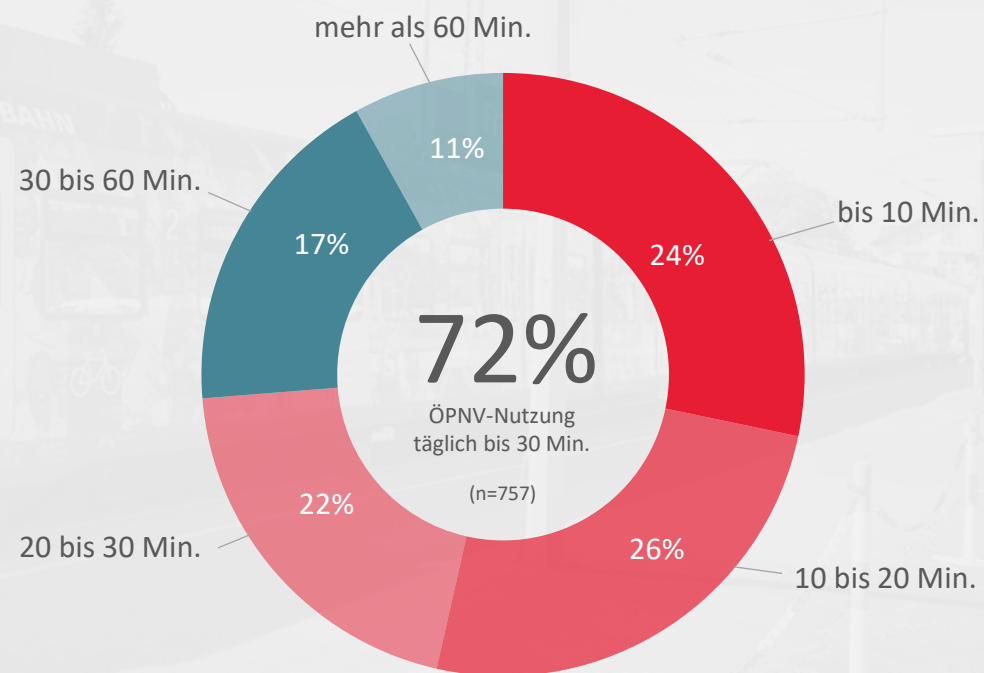
Wie oft bzw. wie regelmäßig nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel wie Bus, Bahn oder Taxi?



(n=779)

Tägliche Nutzungsdauer

Wie lange sind Sie in der Regel pro Tag mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs?

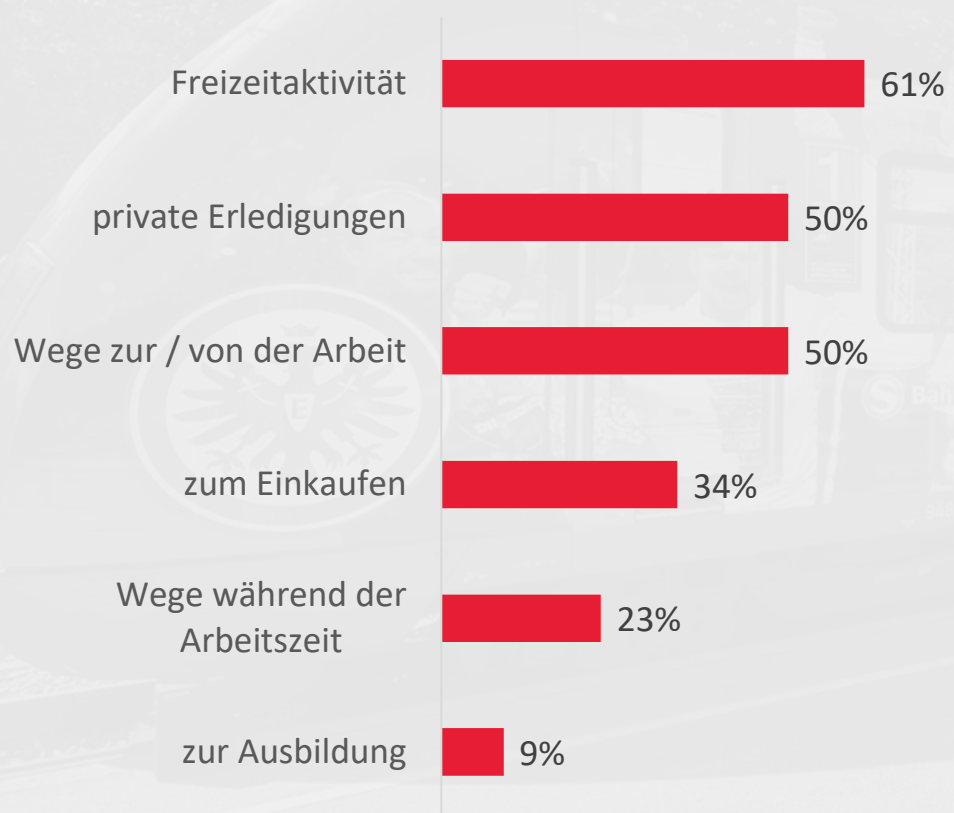


(n=779)

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Zu welchen Anlässen und Wegen nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel?

(Mehrfachnennungen möglich)



Zu welchen Anlässen und Wegen nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel?

18-24 Jahre

(Mehrfachnennungen möglich)

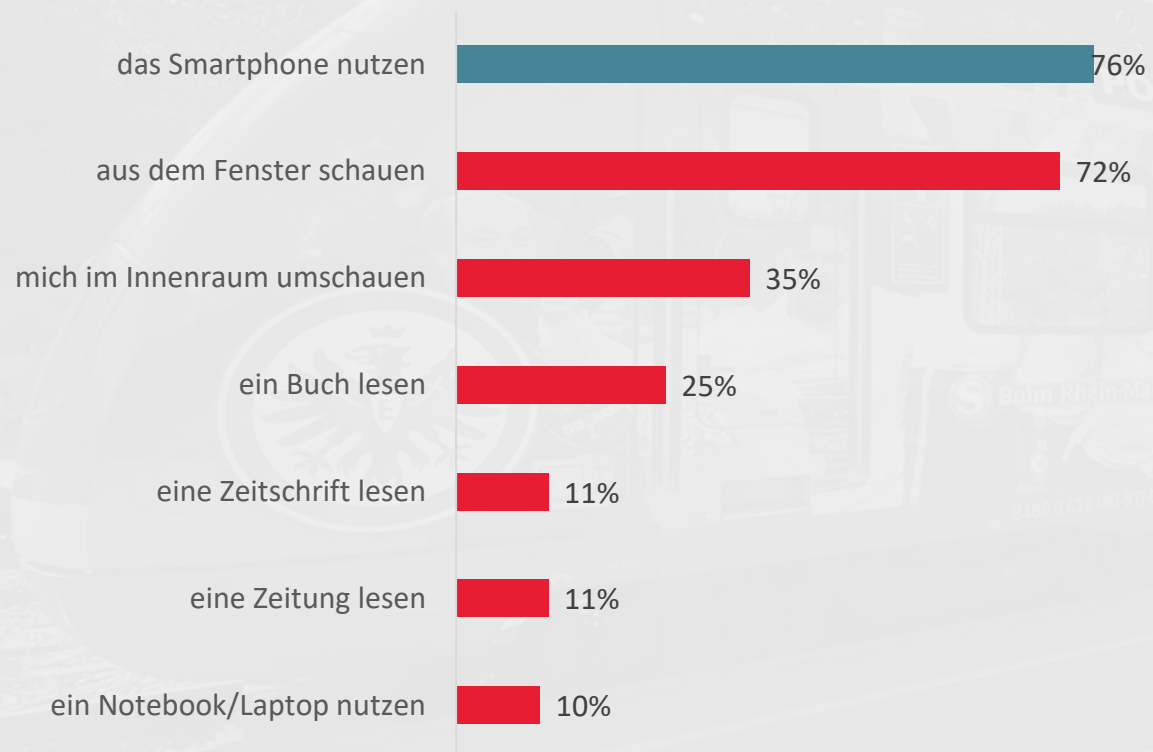


Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Beschäftigung während der Fahrt: ÖPNV-Nutzer sind „multi-tasking“

Was machen Sie während der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln?

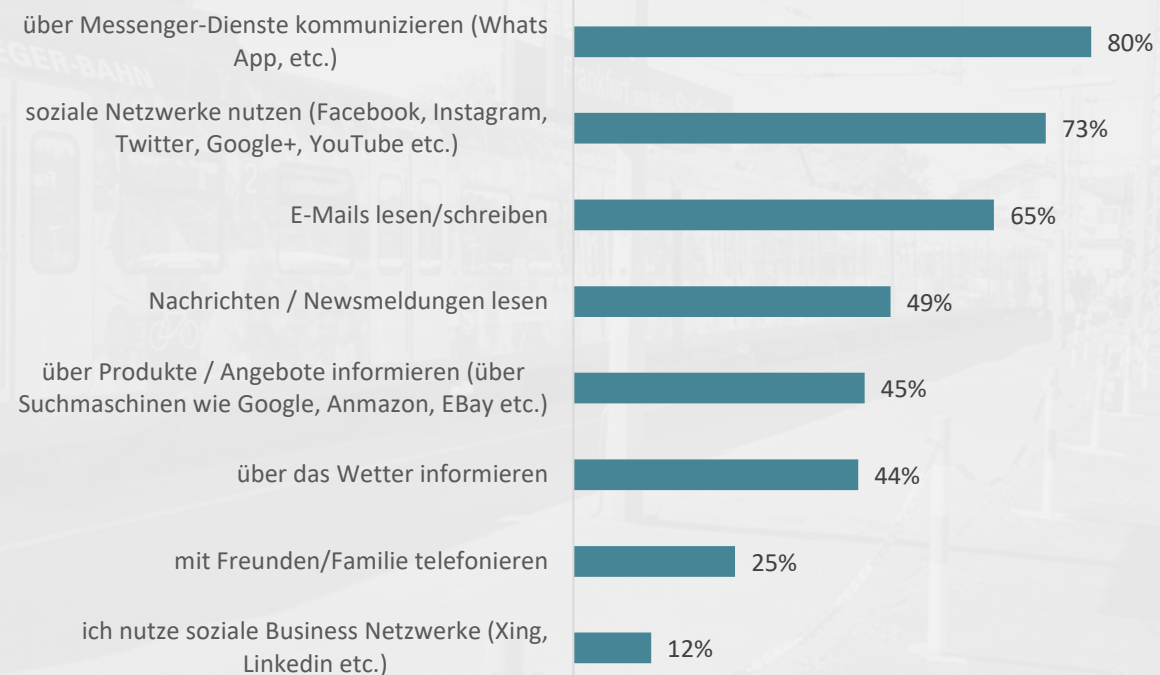
(Mehrfachnennungen)



(n=779)

Konkrete Smartphone-/Tablet-Nutzung

Sie nutzen während der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln Ihr Smartphone/Tablet, was machen Sie konkret damit? (Mehrfachnennungen)



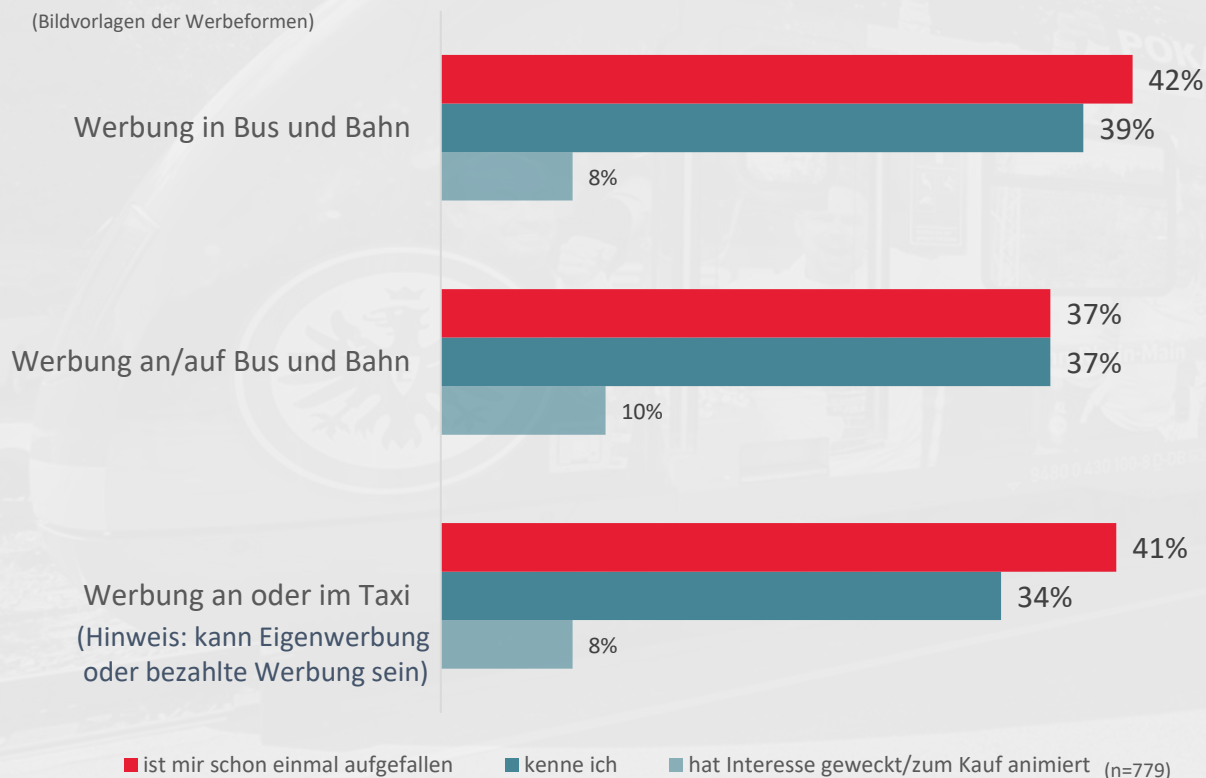
(n=594)

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Wahrnehmung der Werbeformen – Nutzer des ÖPNV

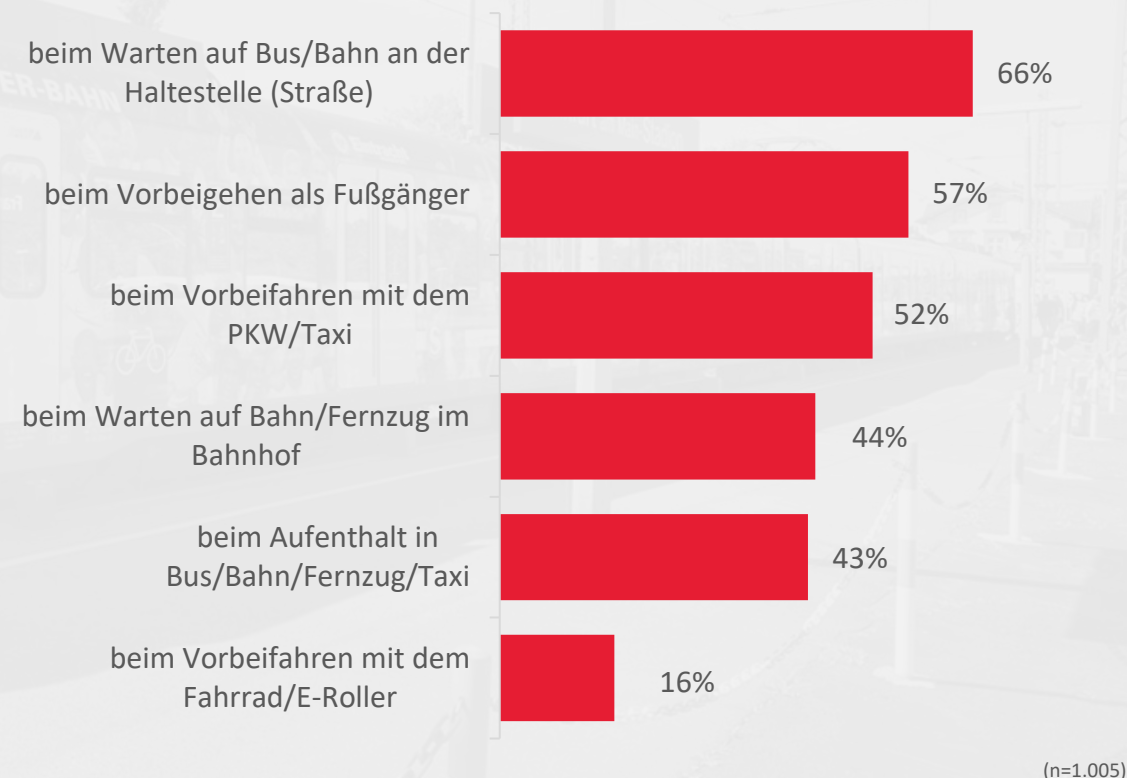
Kennen sie nachfolgende Werbemöglichkeiten auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln, sind Ihnen diese schon einmal aufgefallen oder haben bei Ihnen sogar Produkt- bzw. Kaufinteresse geweckt?

(Bildvorlagen der Werbeformen)



Wahrnehmung der Werbeformen – alle Befragten

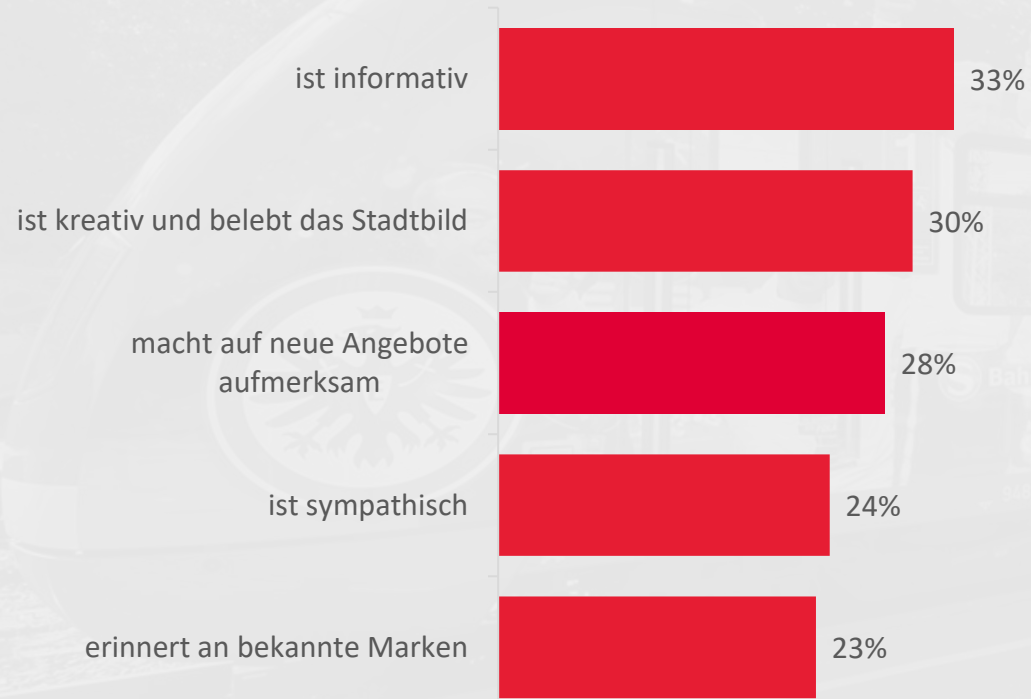
In welchen Situationen ist Ihnen Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln aufgefallen? (Mehrfachnennungen)



Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Wahrnehmungssituation

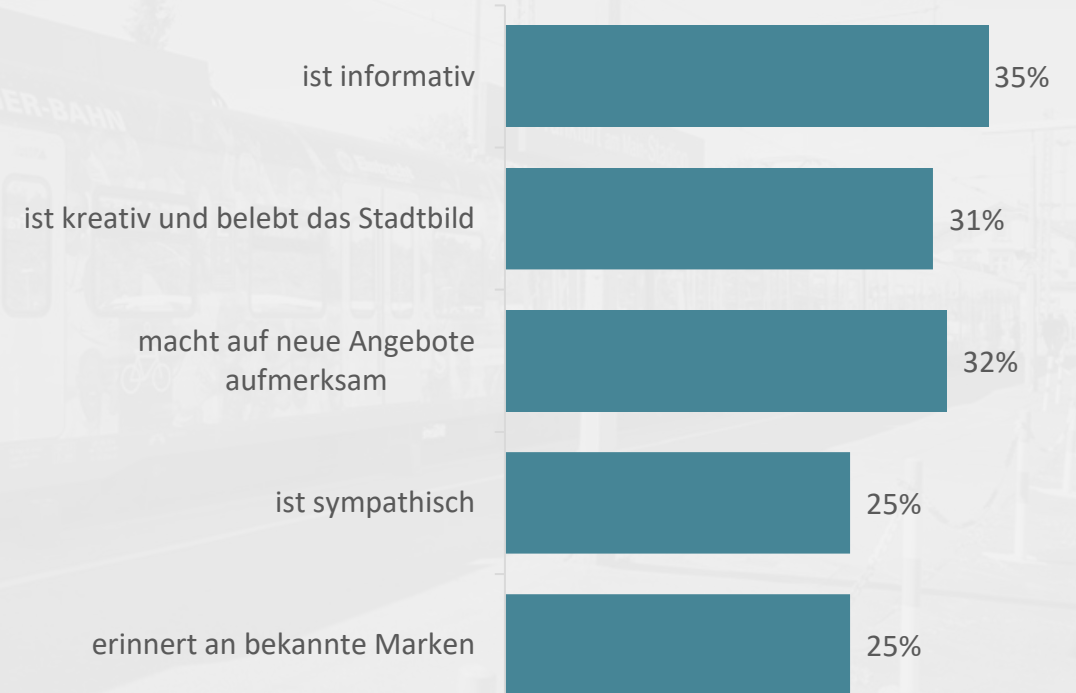
ALLE Befragten: Wie würden Sie die Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln im Allgemeinen beschreiben? (Mehrfachnennungen)



(n=1.005)

Wahrnehmungssituation

NUR Nutzer des ÖPNV: Wie würden Sie die Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln im Allgemeinen beschreiben? (Mehrfachnennungen)



(n=779)

Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV bei der jungen Zielgruppe

Ein Blick in die junge Zielgruppe

Bei den 18 – 24 Jährigen...

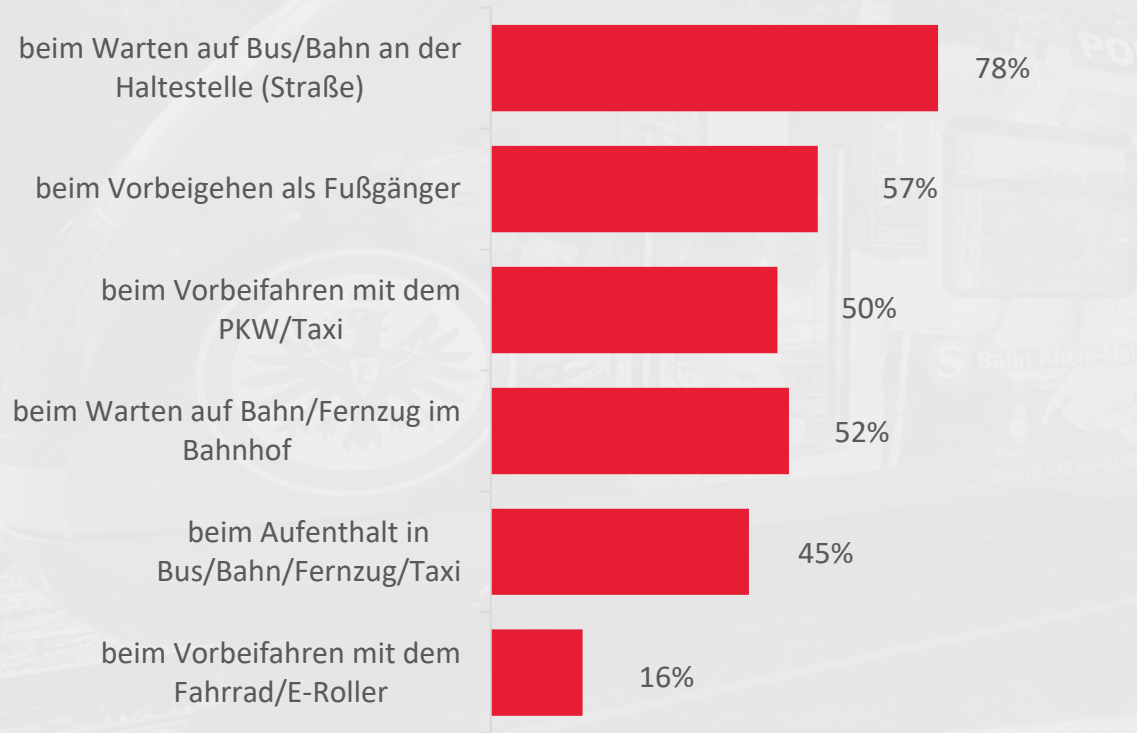
- ... nutzen 87% den ÖPNV, davon sind 50% mindestens einmal pro Tag mit „Öffis“ unterwegs.
- ... sind ebenfalls 87% während der Fahrt mit dem Smartphone beschäftigt, 77% schauen aus dem Fenster.
- ... ist etwa die Hälfte vor allem auf dem Weg zur Arbeit oder zu Freizeitaktivitäten mit dem ÖPNV unterwegs.
- ... kennen über 90% die Werbung auf oder in Bus oder Bahn bzw. geben an, dass sie ihnen schon aufgefallen ist oder sogar Produkt- bzw. Kaufinteresse bei ihnen geweckt hat.
- ... finden mehr als 30% die Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln informativ, kreativ und belebend für das Stadtbild.



Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV bei der jungen Zielgruppe

Wahrnehmung der Werbeformen (ZG 18 – 24 Jahre)

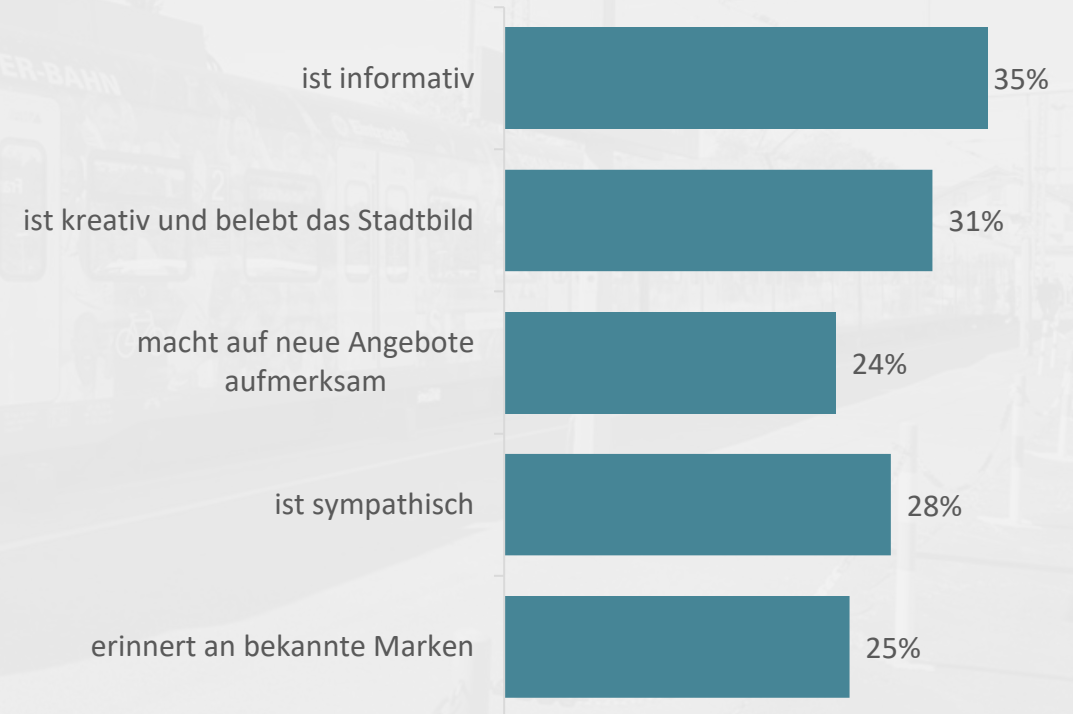
In welchen Situationen ist Ihnen Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln aufgefallen? (Mehrfachnennungen)



(n=100)

Wahrnehmungssituation (ZG 18 – 24 Jahre)

Wie würden Sie die Werbung auf/in öffentlichen Verkehrsmitteln im Allgemeinen beschreiben? (Mehrfachnennungen)



(n=100)

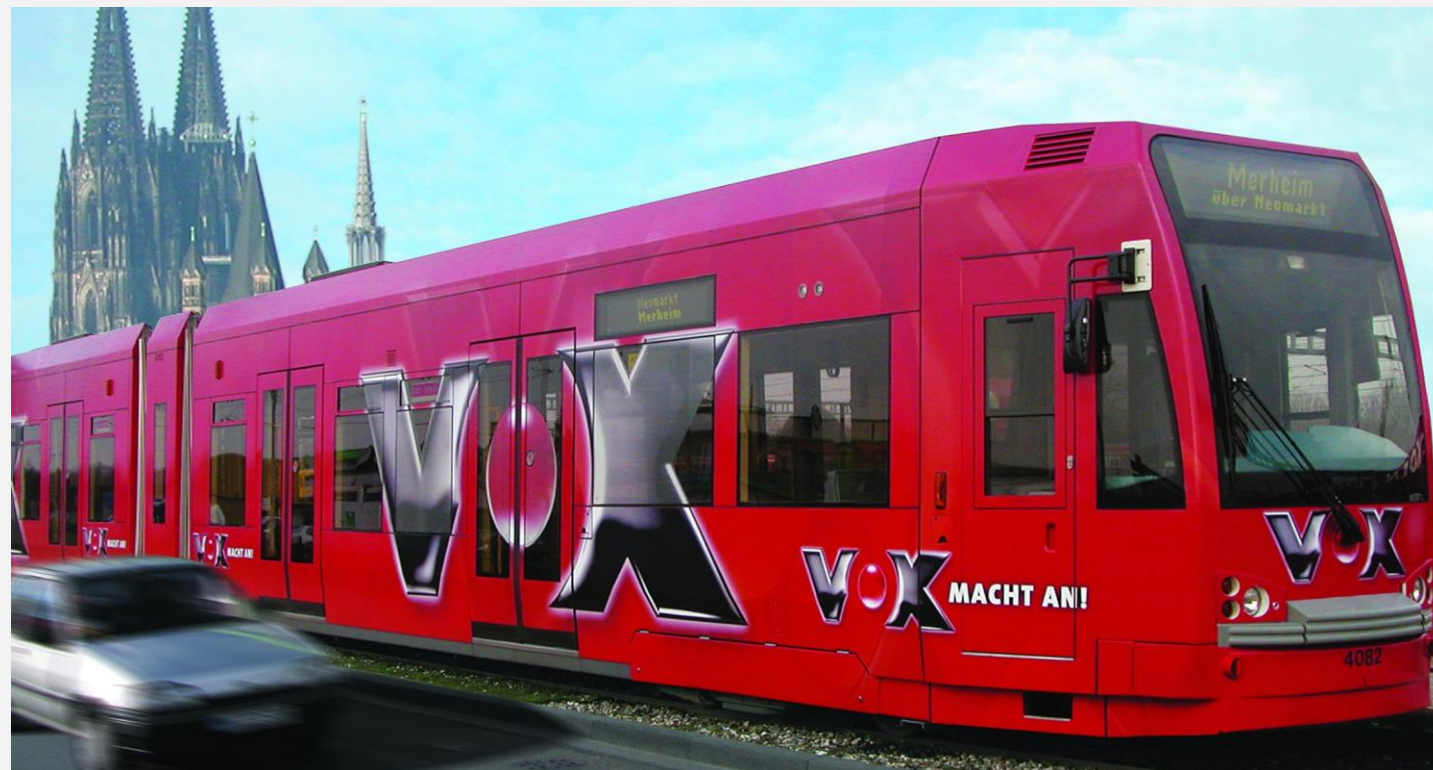
Trendanalyse Verkehrsmedien 2024: Wahrnehmung von Werbung im ÖPNV

Kontakt

Guido Hirschhäuser
Telefon +49 69 7191 67-50
hirschhaeuser@faw-ev.de

Karin Winter
Telefon +49 69 7191 67-40
winter@faw-ev.de

Fachverband Aussenwerbung e. V.
Franklinstraße 62
60486 Frankfurt
www.faw-ev.de



Die Nutzung und Weitergabe an Dritte ist nur mit vollständiger Angabe der Urheber gestattet.

© 2024 Fachverband Aussenwerbung e. V.