

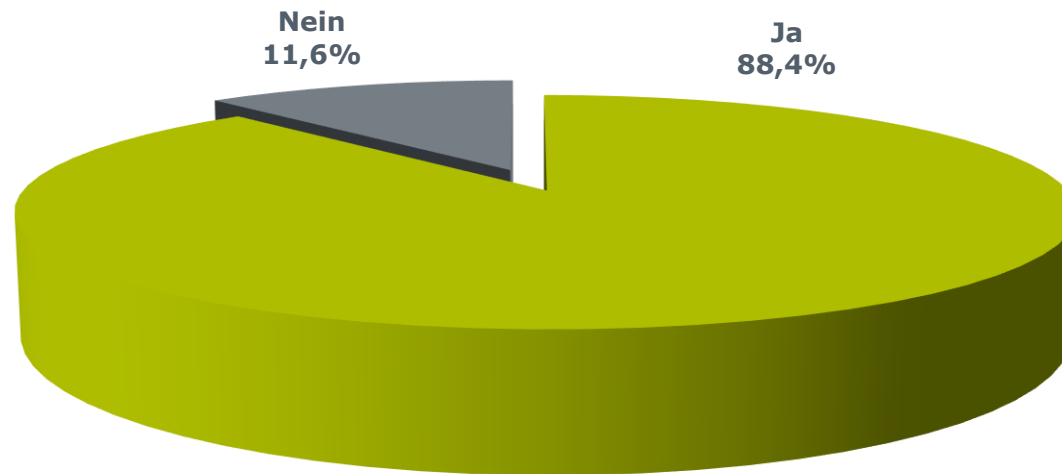
Ambient Media Trendbarometer 2014



Mai 2014

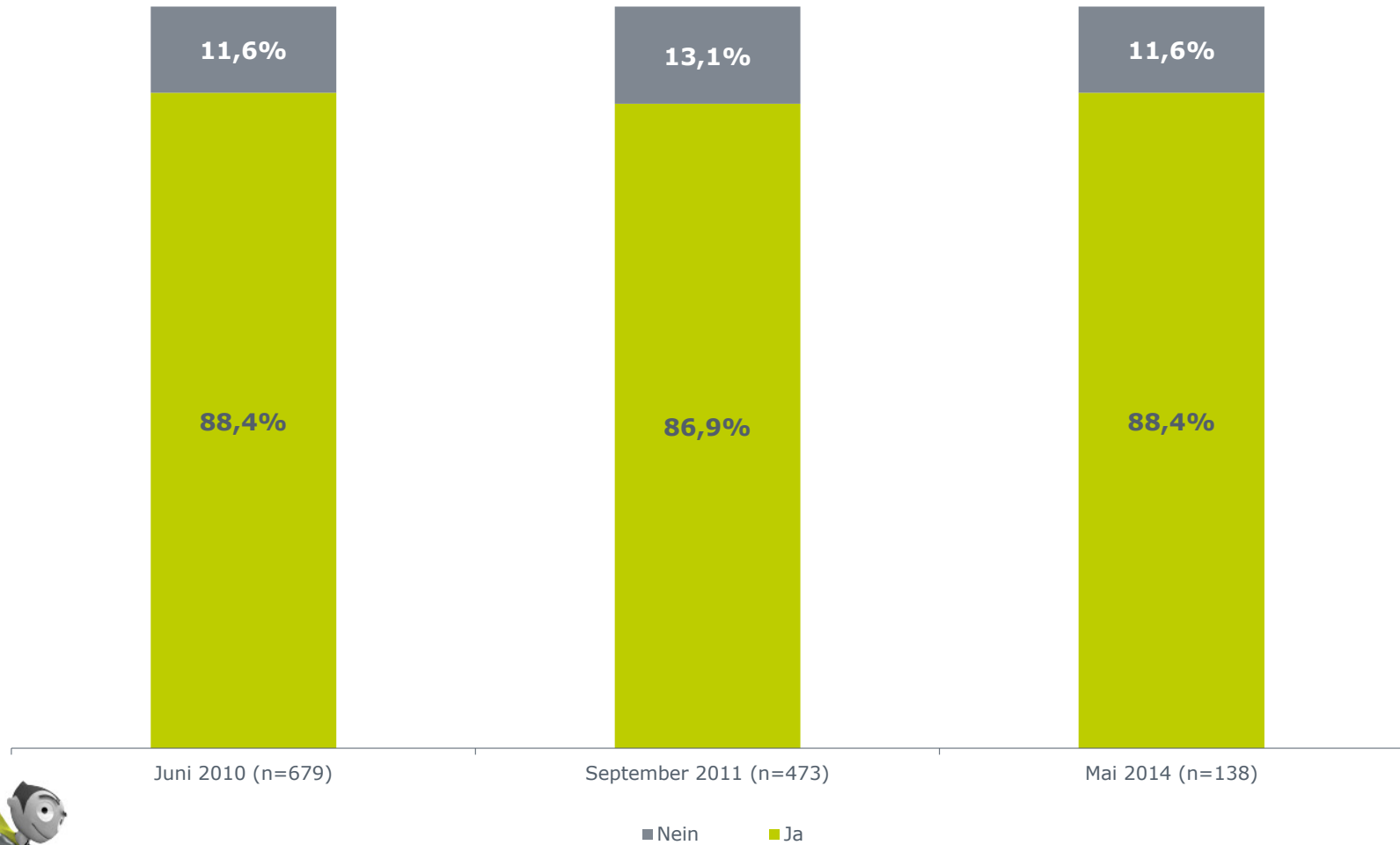
1. [...] Wissen Sie, was man unter dem Begriff "Ambient Media" versteht?

Bekanntheit des Begriffs "Ambient Media"



1. [...] Wissen Sie, was man unter dem Begriff "Ambient Media" versteht?

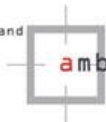
Bekanntheit des Begriffs "Ambient Media" (Zeitverlauf)



Ambient Media umfasst – im Vergleich zu klassischen Werbegattungen wie TV, Funk, Print und Außenwerbung - Sonderwerbformen wie z.B. Werbung auf Zapfpistolen, Dushraumplakate, Gratispostkarten, Sanitärplakate, mobile Werbung, Samplings (Produktproben) usw.



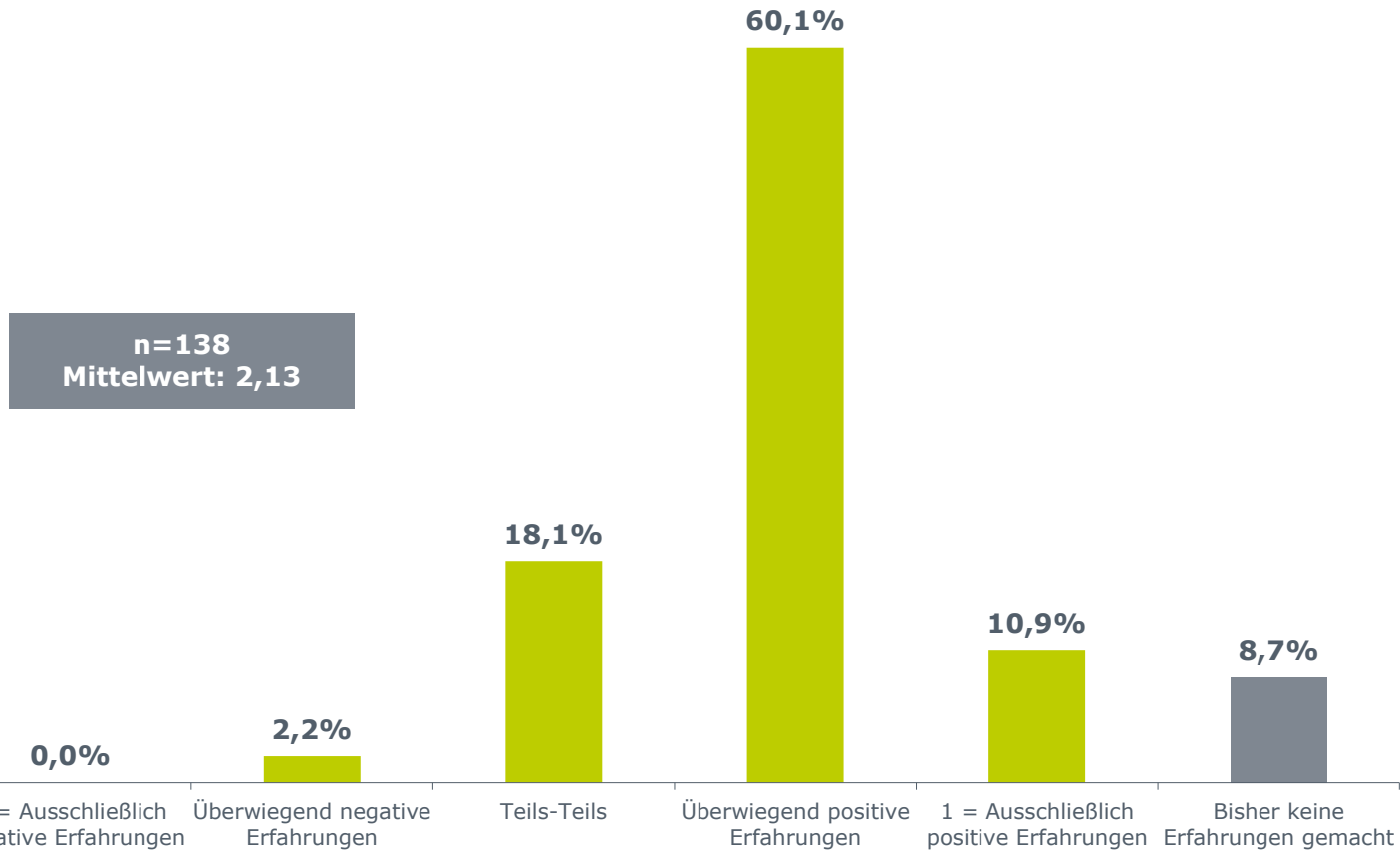
fachverband



ambientmedia

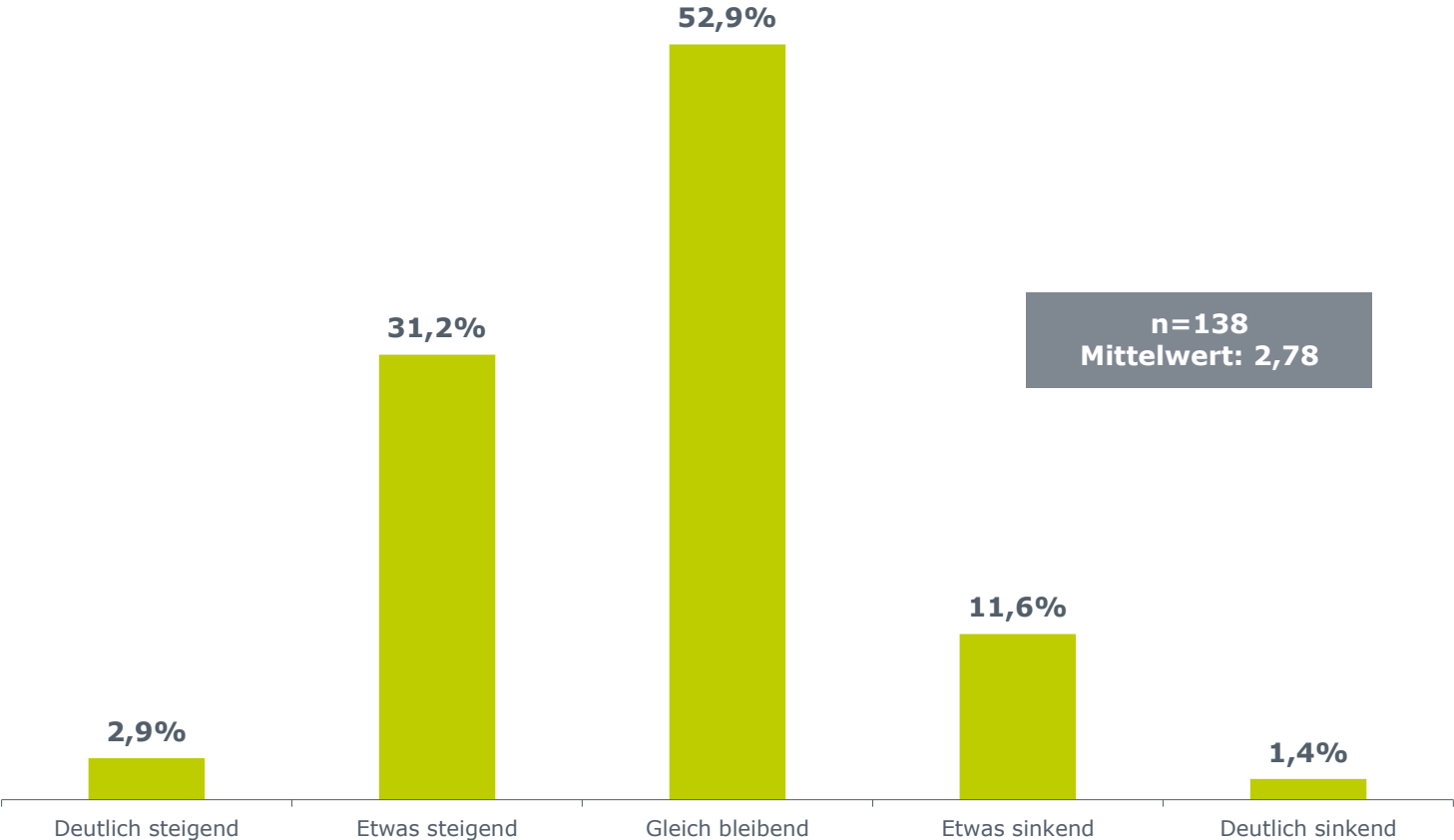
2. [...] Welche Erfahrungen haben Sie bzw. Ihr Unternehmen mit Ambient Media generell gemacht? [...]

Erfahrungen mit Ambient Media



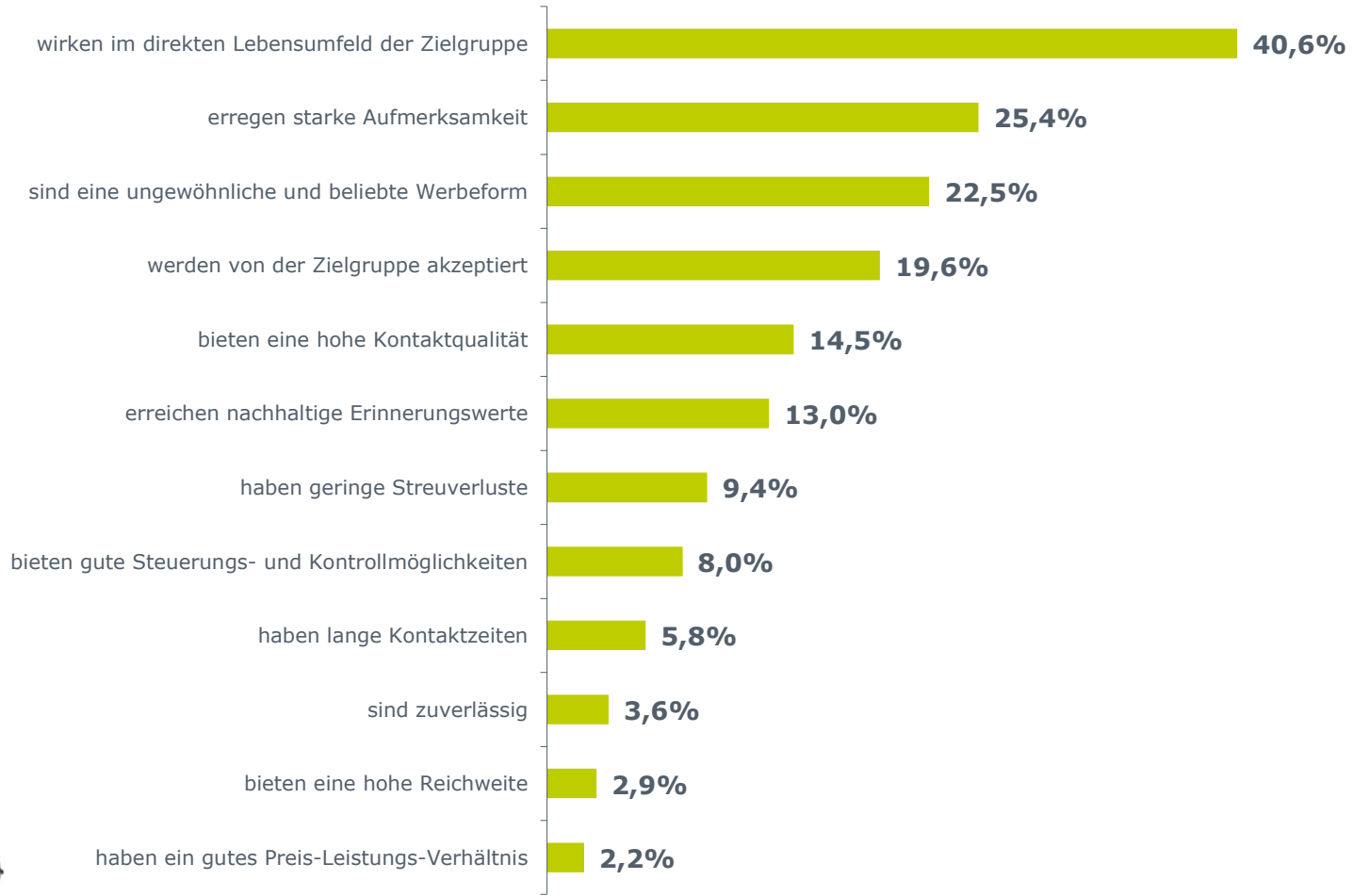
3. Wie schätzen Sie die generelle Bedeutung von Ambient Media im Jahr 2014 (im Vergleich zum Vorjahr) ein? [...]

Einschätzung der generellen Bedeutung von Ambient Media im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr



4. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über Ambient Media zu? [...]

Top-Box: bewertet mit "stimme voll und ganz zu" (5-stufige Skalierung)

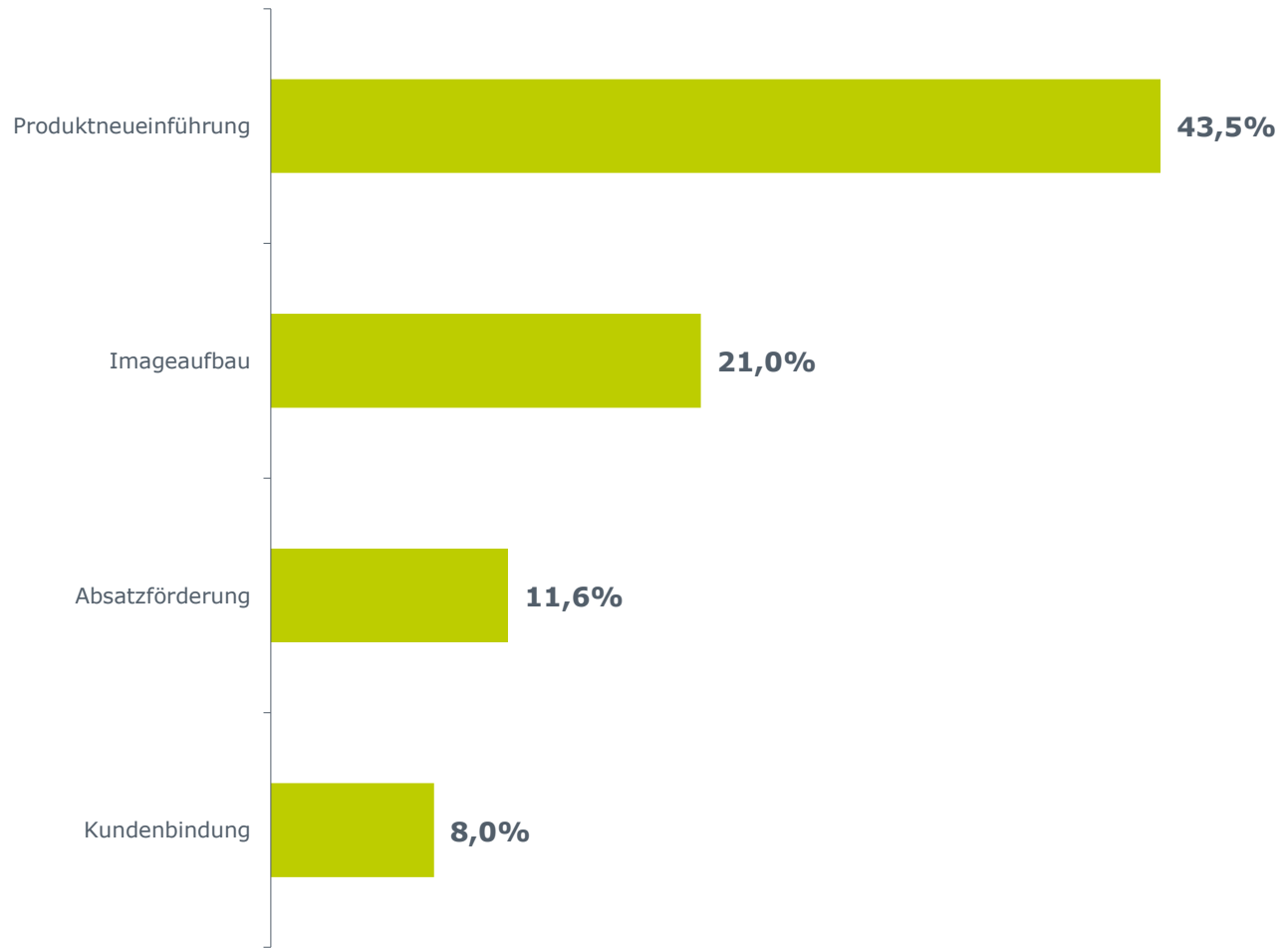


n=138



5. Wie geeignet ist Ihrer Meinung nach der Einsatz von Ambient Media für folgende Zwecke? [...]

Top-Box: bewertet mit "äußerst geeignet" (5-stufige Skalierung)

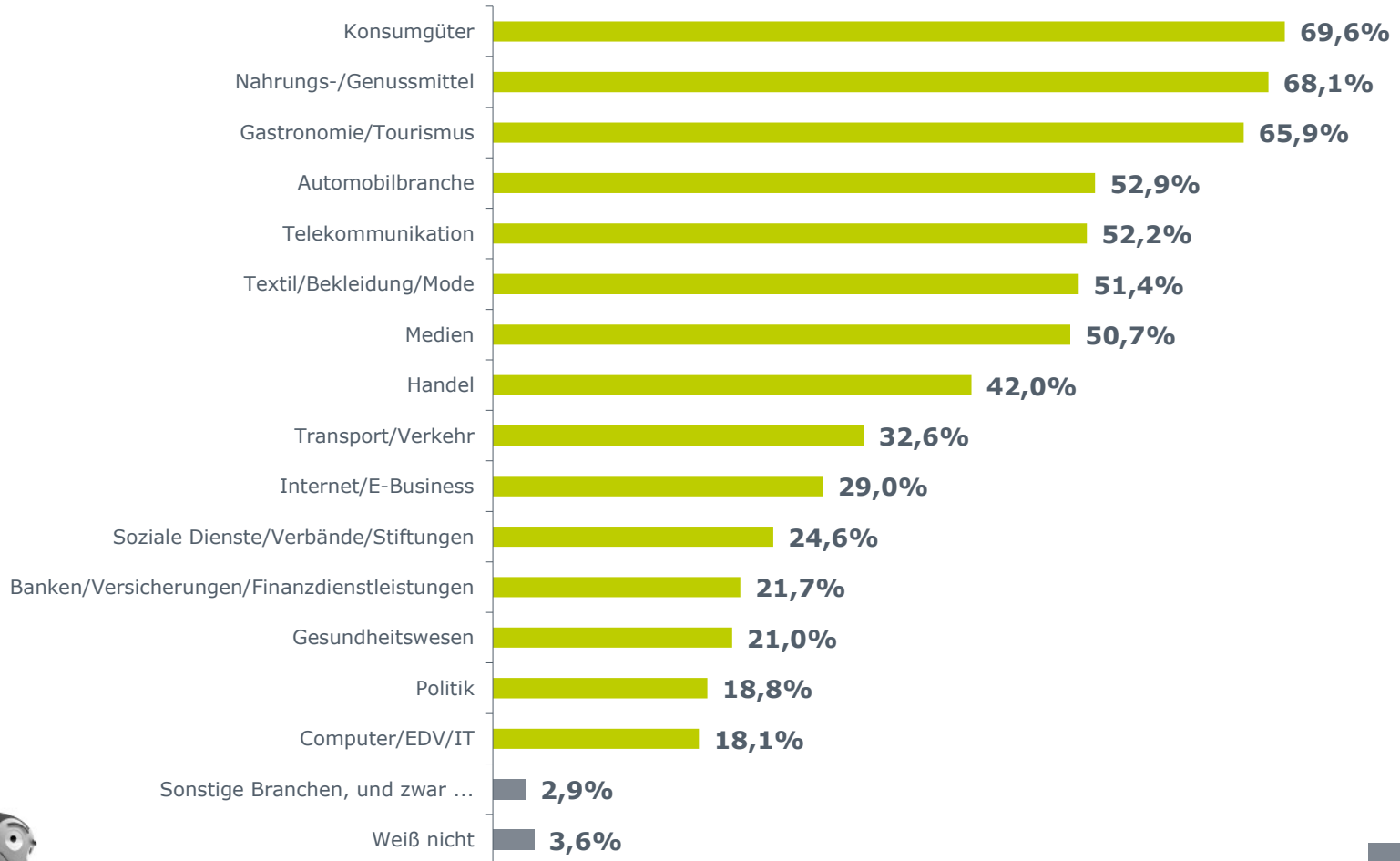


n=138



6. Für welche Branchen ist aus Ihrer Sicht der Einsatz von Ambient Media besonders geeignet bzw. sinnvoll? [...]

Sinnvoller Einsatz von Ambient Media in folgenden Branchen

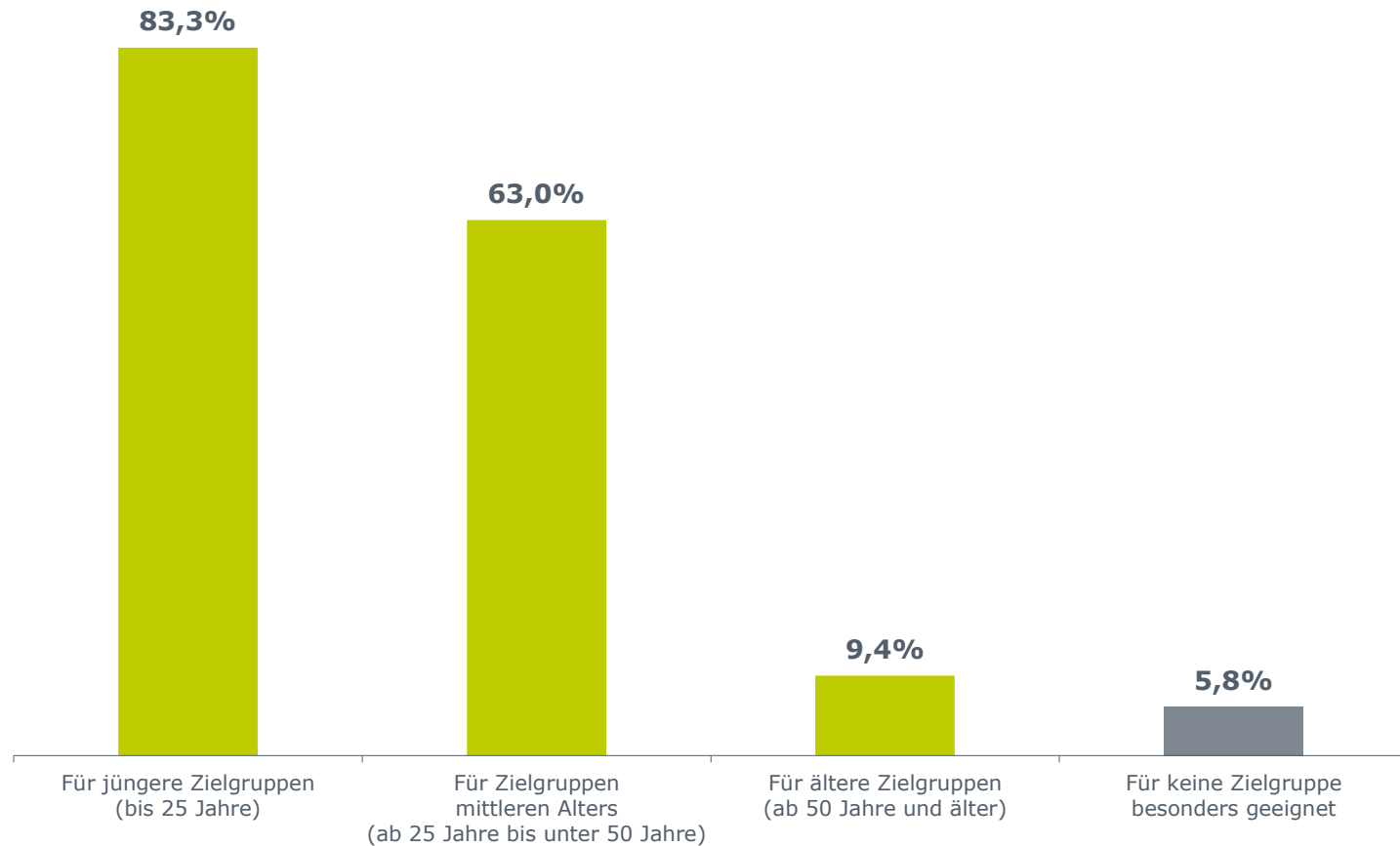


n=138



7. Für die Ansprache welcher Zielgruppen eignet sich Ambient Media aus Ihrer Sicht besonders?

Zielgruppen, für die sich Ambient Media besonders eignet



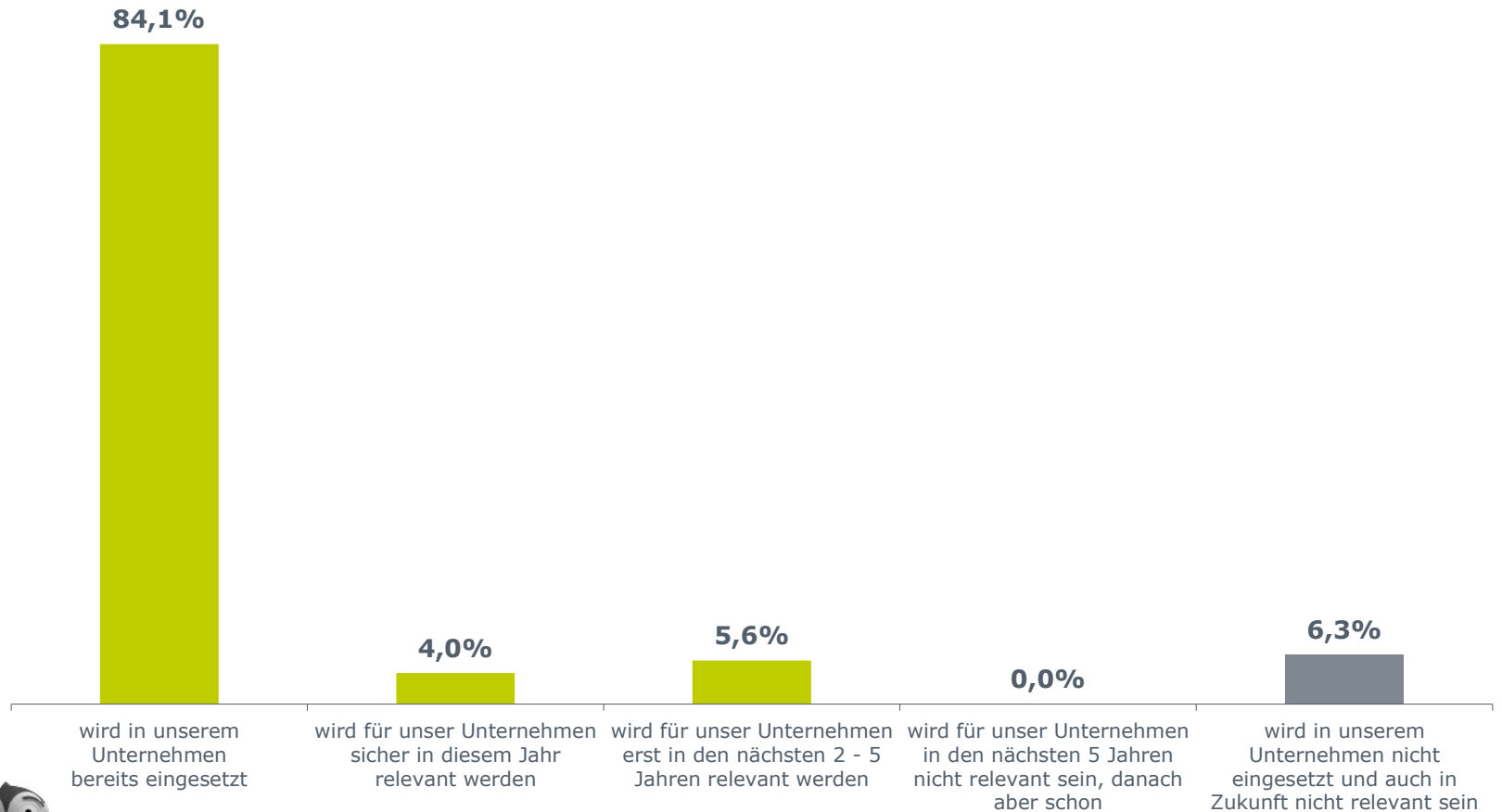
n=138



9. Welche Bedeutung hat Ambient Media für das Unternehmen, in dem Sie zurzeit tätig sind? Ambient Media ...

Bedeutung von Ambient Media für das Unternehmen

(Basis: Respondenten haben bereits Erfahrungen mit Ambient Media gemacht)



n=126



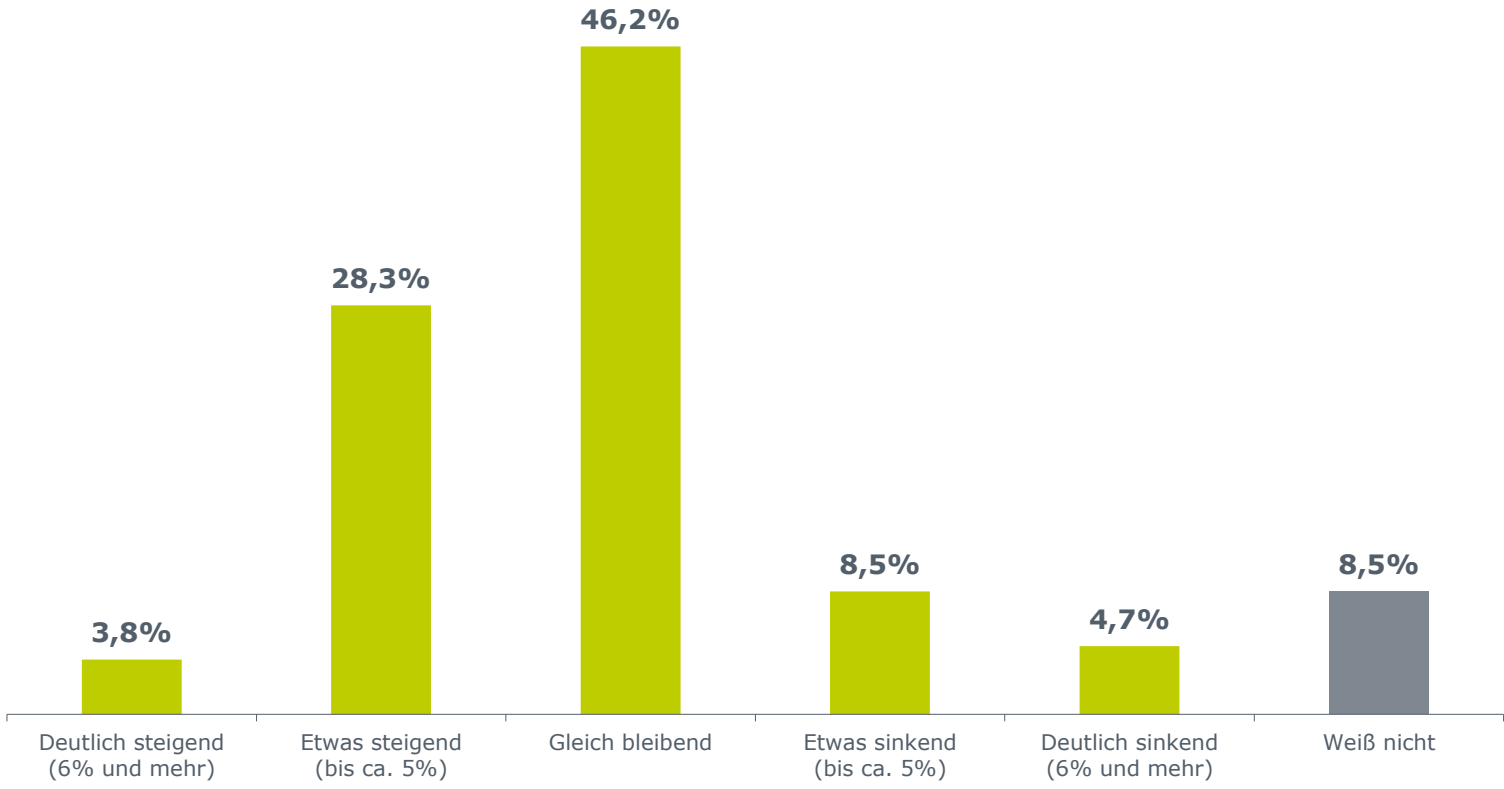
fachverband



10. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Budgets für Ambient Media in Ihrem Unternehmen im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr ein?

Entwicklung des Budgets für Ambient Media im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr

(Basis: Ambient Media wird bereits im Unternehmen eingesetzt)



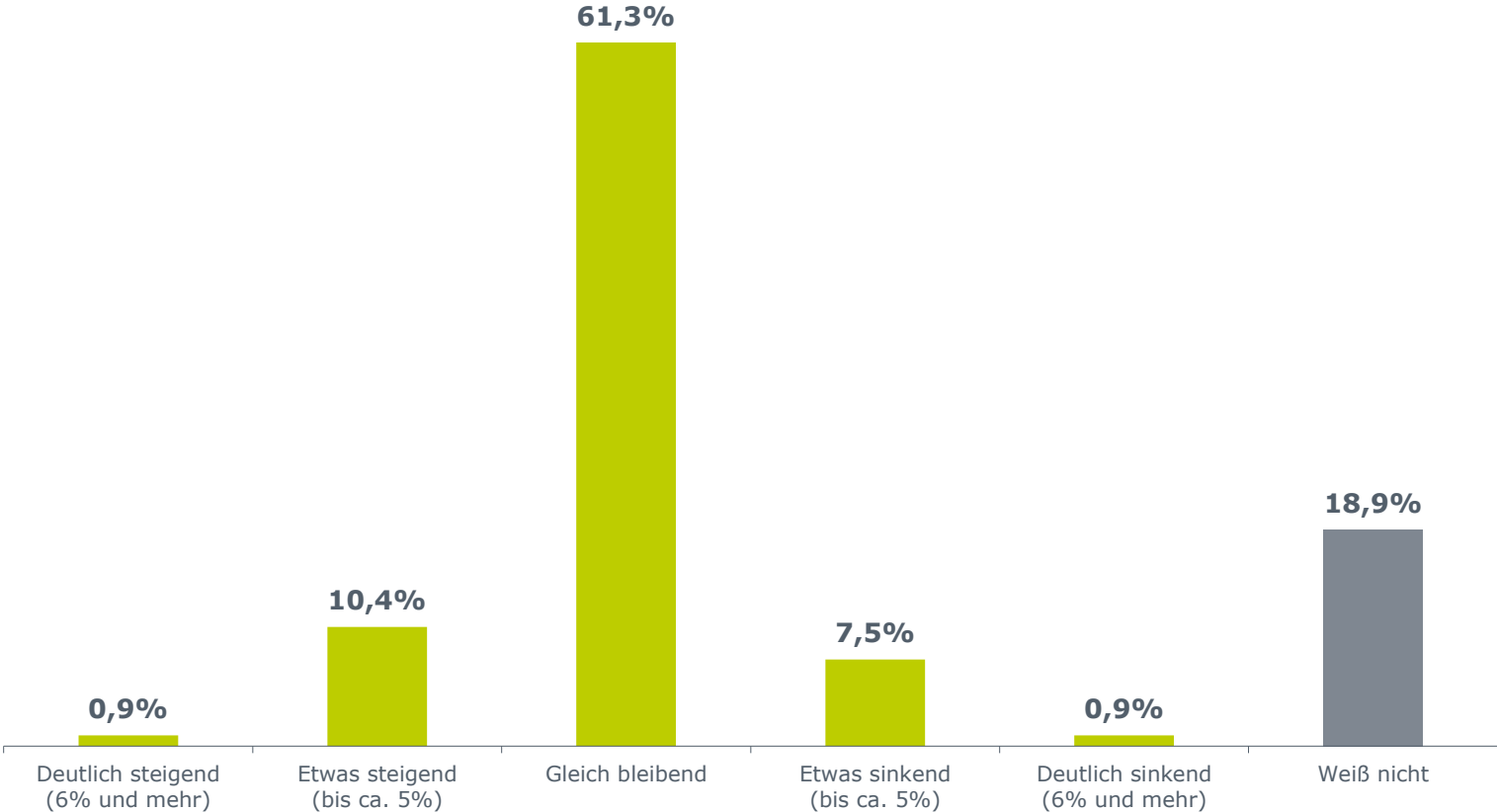
n=106



11. Wie wird sich voraussichtlich die Anzahl der Mitarbeiter im Bereich Ambient Media in Ihrem Unternehmen im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr entwickeln?

Entwicklung der Mitarbeiteranzahl im Bereich Ambient Media im Jahr 2014 im Vergleich zum Vorjahr

(Basis: Ambient Media wird bereits im Unternehmen eingesetzt)

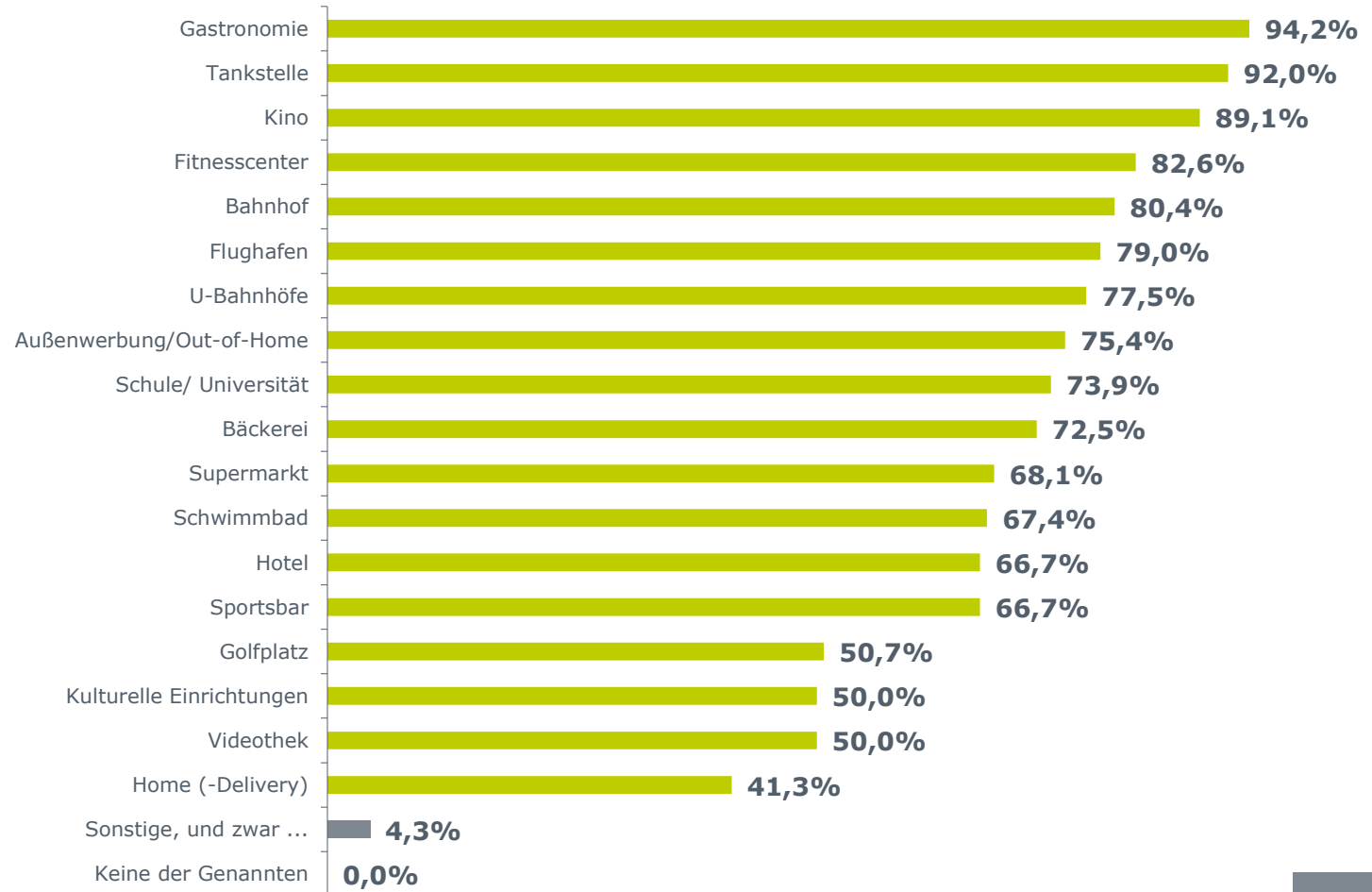


n=106



12. Welche Locations (bzw. Werbeträger) für Ambient Medien kennen Sie? [...]

Gestützte Bekanntheit - Ambient Media-Locations (bzw. Werbeträger)

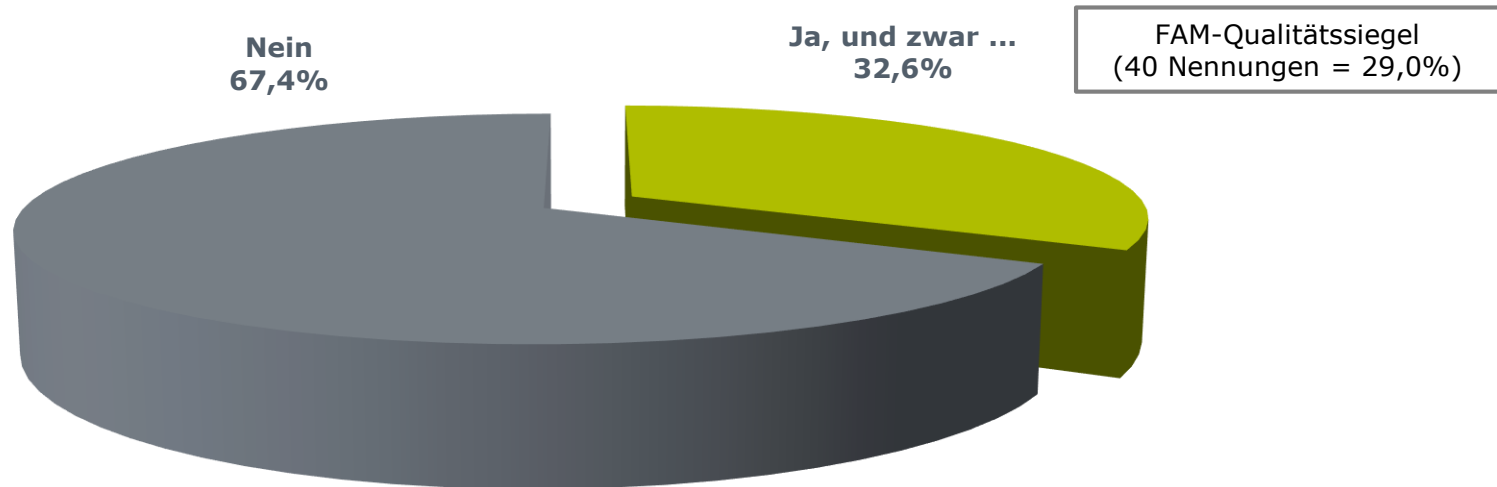


n=138



13. Kennen Sie ein Qualitäts-Siegel/Qualitäts-Zertifikat für Dienstleistungen im Ambient Media Bereich? [...]

Bekanntheit eines Qualitäts-Siegels/ Qualitäts-Zertifikats für Dienstleistungen im Bereich Ambient Media

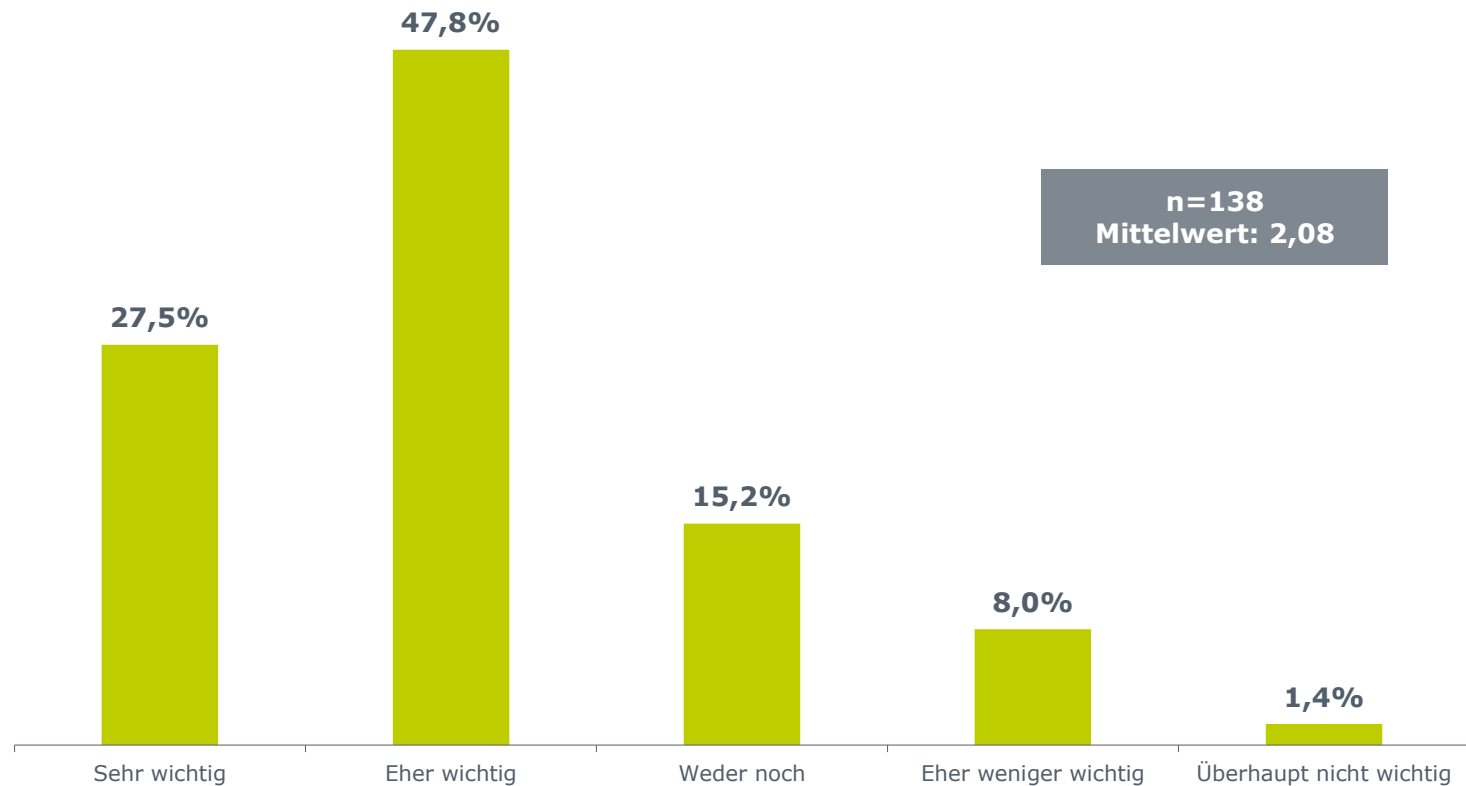


Eine unabhängige Beratungsagentur prüft jährlich die im Fachverband Ambient Media e. V. (FAM) organisierten Anbieter von Ambient Media Dienstleistungen anhand eines Prüfkataloges, der sich auf fest vorgegebene Kriterien stützt, wie z.B. Preisstruktur, Auflagenzahlen, Standortlisten, Qualität der Umsetzung, Reporting etc. Bei erfolgreicher Prüfung verleiht der FAM das FAM-Qualitätssiegel.



14. [...] Wenn Sie jetzt an Ihre Auswahl-situation / Entscheidung bei der Auftragsvergabe an einen Ambient Media Dienstleister denken: Wie wichtig ist bzw. wäre Ihnen ein solches Qualitäts-Siegel/Qualitäts-Zertifikat?

Wichtigkeit eines Qualitäts-Siegels/ Qualitäts-Zertifikats bei der Auswahl eines Ambient Media Dienstleisters



15. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum FAM - Qualitätssiegel zu? [...] Das FAM-Qualitätssiegel ...

Top-2-Box: bewertet mit "stimme voll und ganz zu" und "stimme eher zu" (5-stufige Skalierung)



n=138



Zusammensetzung des Samples:

Basis	138	in %
Geschlecht		
Männlich	58	42,0%
Weiblich	80	58,0%
Alter		
Jünger als 20 Jahre	0	0,0%
20 - 29 Jahre	8	5,8%
30 - 39 Jahre	47	34,1%
40 - 49 Jahre	55	39,9%
50 - 59 Jahre	23	16,7%
60 - 69 Jahre	5	3,6%
Älter als 69 Jahre	0	0,0%
Unternehmensart		
Media-Agentur	44	31,9%
Spezialmittler	34	24,6%
Werbeagentur	17	12,3%
PR-Agentur	2	1,4%
Werbetreibendes Unternehmen	24	17,4%
Verlag	4	2,9%
Vermarkter	4	2,9%
Sonstiges	9	6,5%



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

Nicole Bunzek

bunzek@fachverband-ambientmedia.de

+49 (0) 221 – 759 259 12

Kamekestraße 20-22

50672 Köln

www.fachverband-ambientmedia.de

Daniela Karobath, Mag.

d.karobath@marketagent.com

+43 (0) 2252 – 909 009– 22

Mühlgasse 59

A-2500 Baden

www.marketagent.com

