

Ambient macht online Werbung sympathisch

Fachverband Ambient Media zeigt in Sommerstudie erstmals, wie die Kernzielgruppe Ambient im Zusammenspiel mit digitalen Plattformen nutzt.

Köln, 01. August 2017

Während Onlinewerbung zunehmend als störend empfunden und blockiert wird*, verleitet Ambient die Mehrheit der OoH Kernzielgruppe (14-65 Jahre) dazu, aktiv nach mehr Informationen im Internet zu suchen (57,3%). Zu diesen Erkenntnissen kommt die neu aufgelegte Sommerstudie des FAM.

Bereits im letzten Trendbarometer konnte durch die Befragung der Agenturen und Entscheider festgestellt werden, dass Ambient Werbung besonders als Call-to-Action für digitale Medien wirkt. Diese Erkenntnisse wurden nun durch die Befragung der Zielgruppe selbst bestätigt. Von den über 1.000 Befragten gaben 21% sogar an, durch Ambientwerbung direkt zum Kauf des beworbenen Produktes angeregt zu werden. Besonders gut wirken hier (Nachlass-)Gutscheine, um einen Handlungsimpuls auszulösen.

Spannend sind diese Ergebnisse auch im Vergleich zu anderen Markt-Media-Studien, da die Kernqualitäten und Wirkung von Ambient durch die Zielgruppe belegt werden: 87,5% der Befragten haben mindestens 1x in der Woche Kontakt mit Ambientwerbung und besonders im Vergleich zu anderen Mediengattungen wird Werbung auf Ambientwerbeträgern als positiv und unterhaltend empfunden (58,4%).

*s. Studien des [BVDW](#) & [Statista](#)

Hierzu Sibylle Lucke (FAM-Vorstand Marktforschung): „Durch die Sommerstudie konnten wir interessante Korrelationen zum FAM-Trendbarometer und anderen Markt-Media-Studien generieren. Gerade durch die Befragung der Zielgruppe selbst wird sehr gut deutlich, wie Ambient Medien direkt vor Ort wirken und welches kreative Potential besonders auch im Zusammenspiel mit digitalen Medien in ihnen steckt.“

Die Sommerstudie 2017 kann auf der Website des FAM heruntergeladen werden: <http://www.fachverband-ambientmedia.de/download/>

Über die Sommerstudie

In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut mafo.de wurden 1.016 Probanden zwischen 14-65 Jahren zu Ihrer OoH-Erfahrung Ambient Medien befragt. Ziel der Studie war Erkenntnisse über die Wahrnehmung und Akzeptanz von Ambient Media durch die Zielgruppe selbst zu gewinnen.

Pressekontakt

FAM-Geschäftsstelle:

Nicole Bunzek

Kamekestr. 20-22

50672 Köln

Tel: 0221 / 75 92 59 12

E-Mail: bunzek@fachverband-ambientmedia.de

Internet: www.fachverband-ambientmedia.de

Über den Fachverband Ambient Media e.V.

Der Fachverband Ambient Media e.V. (FAM) wurde 2001 mit dem Ziel gegründet, Ambient Media als innovatives, wettbewerbsfähiges und intermedial vergleichbares Basismedium zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Stärkung der Marktposition von Ambient Media im intermedialen Wettbewerb, u. a. durch wissenschaftliche Markt- und Mediaforschung sowie die Durchführung von eigenen und zur Unterstützung von anderen der Gattung dienlichen PR- und Marketingaktionen.

Von besonderer Bedeutung ist das vom FAM eingeführte und etablierte Qualitätssiegel, das zu mehr Qualität, Transparenz und Planungssicherheit beim Einsatz von Ambient-Medien beiträgt. Seit 2007 ist das Siegel – abgesehen von den OoH-Mediaagenturen – verbindlich für alle Mitgliedsunternehmen. Zudem arbeitet der Verband zur Datenerhebung mit der Nielsen Company zusammen und ist Förderer der Ambient Media Analyse (AMA).