

Presseinformation

MAX-Studie von Außenwerber WallDecaux bestätigt Out of Home als Impulsgeber für mobiles Einkaufen

- *WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index (MAX) 2023 zeigt: Out of Home ist der Impulsgeber für die Nutzung von Internet, Social Media und Online-Shopping per Smartphone*
- *Über die Hälfte der Befragten informiert sich per Smartphone über das beworbene Produkt*
- *Knapp ein Drittel kauft das beworbene Produkt direkt von unterwegs*

Berlin, den 17. Oktober 2023 – Die Kernergebnisse des aktuellen WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index (MAX), den der Außenwerber seit 2016 regelmäßig durchführt, zeigen erneut den enormen Nutzen der starken Wechselwirkung von (Digital) Out of Home ((D)OOH) und Mobile für Werbetreibende. Sie profitieren vor allem von der gleichbleibend starken Onlinenutzung unterwegs (94%) und der zunehmenden Aktivierung des mobilen Einkaufens mit dem Smartphone durch (D)OOH.

(D)OOH aktiviert die Smartphone-Nutzung mehr denn je - das verändert auch das Einkaufsverhalten. Mehr als der Hälfte (58%) gibt (D)OOH den Impuls, sich über ein beworbenes Angebot mobil mit dem Smartphone zu informieren.

Beinahe ein Drittel (26%) der Befragten setzt Kaufimpulse von unterwegs direkt um und kauft mit dem Smartphone ein.

Unterwegs immer stärker inspiriert und aktiviert

Der MAX zeigt: Werbeplakate inspirieren Menschen mehr denn je dazu, unterwegs ihr Smartphone zu benutzen und Kaufentscheidungen zu treffen. Die Mehrheit (84%) besucht unterwegs zudem Social-Media-Plattformen.* Rund ein Drittel (29%) würde sogar selbst Plakatmotive auf Instagram veröffentlichen. So avancieren Zielgruppen zu Influencern und aktivieren Familie, Freunde und Follower zum (mobilen) Einkaufen.

OoH ist die Brücke zur digitalen Welt

Andreas Knorr, Marketing Director bei WallDecaux: „*Out of Home und Mobile sind nicht mehr voneinander zu trennen. Beide Medien sind zu alltäglichen Begleitern*

* Alle Details zur Studie: <https://www.walldecaux.de/studien-download/max-mobilitaets-aktivitaets-index-2023>

geworden. Die Menschen lassen sich unterwegs immer stärker durch Reize wie Werbeplakate zur Smartphone-Nutzung inspirieren, was sich deutlich am bisher höchsten Index im Mobile Commerce unterwegs zeigt. Werbetreibende profitieren folglich mehr denn je von Out of Home im Mediamix.“

Die Mobilitäts-Studie (MAX) wird im zwei bis vier Jahresrhythmus von WallDecaux aktualisiert und bezieht sich auf die Mobile-Nutzung während der Wege von A nach B. Die Steigerung der Unterwegs-Aktivitäten um 13 % im Vergleich zu 2016 setzt sich aus den Komponenten Internetnutzung, Social Media-Nutzung und Mobile Commerce zusammen. Die Befragung von 1.020 Personen (zwischen sechzehn bis neunundsechzig Jahren aus Deutschland) erfolgte im Jahr 2022.

Über WallDecaux Premium Out of Home

WallDecaux Premium Out of Home ist ein Unternehmensbereich der Wall GmbH. Unter ihr wird das gesamte Portfolio an Außenwerbemedien in Deutschland vermarktet. Die Stärke von WallDecaux ist das klassische Format City Light Poster (CLP) in analoger und zunehmend digitaler Form (DCLP), mit dem in 31 Städten – darunter alle Millionenstädte wie Berlin, Hamburg, München und Köln – pro Woche rund 23,3 Mio. Menschen bundesweit angesprochen werden. Wer bei WallDecaux bucht, verschafft seinen Kampagnen maximale Aufmerksamkeit. Zielgruppenoptimierte Werbenetze, Top-Standorte und innovative Medien unterschiedlicher Formate sorgen für eine integrierte Kampagnenplanung und die hochwirksame Kommunikation von Werbebotschaften. Alle digitalen Formate können programmatisch über die SSP VIOOH eingebucht werden.

Für Rückfragen:

Wall GmbH

Frauke Bank

Leiterin Corporate Communications & Affairs

Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-325

E-Mail: presse@wall.de

www.wall.de