

agma-Ansprechpartner
Georg Schotten
Vorstand Plakat der agma
Telefon: 02236.9645-257
gschotten@stroeer.de

Christiane Korch
Ressortleitung Plakat MMC
Telefon: 069.156805-20
korch@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V.
Am Weingarten 25
60487 Frankfurt am Main

www.agma-mmc.de

Reichweiten der Out-of-Home-Medien wachsen leicht

- **Die Außenwerbung gewinnt – über alle Werbeträger – an Reichweite.**
- **Die Reichweiten der einzelnen Werbeträger liegen ein bis zwei Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahres.**
- **Die ma 2014 Plakat bietet Reichweitendaten für über 264.000 Plakat-Standorte in Deutschland.**

Frankfurt, den 25. September 2014 – Heute veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. die Reichweiten der Out-of-Home-Medien. Die ma 2014 Plakat weist Ergebnisse für die Werbeträger Großfläche, City-Light-Poster, Ganzsäule sowie Mega-Light-Poster/City-Light-Boards aus.

Erstes Ergebnis: Die Menschen werden noch mobiler:

Die Mobilität der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren steigt laut ma 2014 Plakat leicht an. Ob Wege zur Arbeit (54 Prozent), zum Einkauf (93 Prozent) oder einfach nur das Spaziergehen/Ausflüge (71 Prozent) – all diese außerhäuslichen Aktivitäten nehmen um ein Prozent zu. Die leicht wachsende Mobilität macht sich bei den Reichweiten der einzelnen Werbeträger positiv bemerkbar.

Die ma 2014 Plakat beruht auf über 264.000 Plakatstandorten in Deutschland (rd. 146.000 Großflächen, rd. 96.000 City-Light-Poster, rd. 15.000 Ganzsäulen und rd. 7.000 Mega-Light-Poster/City-Light-Boards).

„Neben der steigenden Mobilität sorgt auch die Optimierung des Stellenbestands, an der die Anbieter konsequent arbeiten, für ein Reichweitenplus bei allen Out-of-Home-Werbeträgern“, konstatiert Georg Schotten, Vorstand Plakat der agma.

Die wichtigsten Ergebnisse der ma 2014 Plakat für die einzelnen Werbeträger der Außenwerbung im Überblick:

Die Ergebnisse der einzelnen Werbeträger

Großflächen: Mit einer Großflächen-Kampagne erreichen Werbungtreibende in Orten ab 20.000 Einwohnern bei normalem Werbedruck (1:3000, also ein Plakat auf 3000 Einwohner) 68,7 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.

Ganzsäulen: Mit Ganzsäulen werden in Orten ab 20.000 Einwohnern bei normal hohem Werbedruck (1:8000) 57 Prozent der über 14-Jährigen erreicht.

Mega-Light-Poster/City-Light-Board: Die urbanen Werbeträger erreichen bei Belegung des Hauptnetzes in Orten ab 100.000 Einwohnern laut ma 2014 Plakat 36 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.

City-Light-Poster: In Orten ab 20.000 Einwohnern erreichen die beleuchteten Werbeträger bei Belegung des Hauptnetzes 59,5 Prozent, in Orten ab 50.000 Einwohner 54,3 Prozent der über 14-Jährigen.

Für die ma 2014 Plakat wurde die Mobilität von 62.352 Menschen in Deutschland (ab 14 Jahren) erhoben. Rund 50.000 von ihnen wurden detailliert und kartengestützt zu den Wegen befragt, die sie am Vortag zurückgelegt haben. Darüber hinaus wurde das Mobilitätsverhalten von rund 12.000 Personen mithilfe eines GPS-Geräts sekundengenau gemessen.

Weitere Ergebnisse der ma 2014 Plakat – zur Mobilität im Allgemeinen und zu den Reichweiten der einzelnen Werbeträger im Besonderen – zeigen die interaktiven Charts im Anhang dieser

Pressemitteilung. Diese iCharts können Sie im Rahmen Ihrer
Berichterstattung gerne in Ihre Website einbinden.
Sollten Sie Fragen haben, dann melden Sie sich bitte bei uns.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma
2014 Plakat detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der
Untersuchung.