

Etabliert in der Szene

Das künftig regelmäßig erhobene Trendbarometer soll zeigen, wie wichtig **Ambient-Medien** für die Werbewirtschaft sind.

Seit Jahren arbeitet der Fachverband FAM daran, die Transparenz und die Wettbewerbsfähigkeit von Ambient-Medien zu erhöhen. Jetzt legt er die Ergebnisse des Trendbarometers vor, dessen Erhebungswellen jährlich wiederholt werden sollen. Die wichtigsten Resultate: Die alternativen Werbeformen sind vor allem für junge Zielgruppen und zur Produktneueinführung geeignet. Und: Die meisten glauben, dass die Bedeutung der Ambient-Medien steigt. cw

NICHT JEDEM GELÄUFIG

Was sich hinter „Ambient Media“ verbirgt.

Von knapp 500 Befragten in Agenturen und Unternehmen konnten 13 Prozent nichts mit Ambient Media anfangen. Selbst unter den Anwendern waren fünf Prozent unwissend. Der Begriff steht für zahlreiche Sonderformen – beispielsweise Werbung auf Zapfpistolen, Floorgraphics, Gratispostkarten, Pizzakartons und Samplings (Produktproben).

JUNGE WERBEFORM

Für welche Ziele eignet sich Ambient Media?

Angaben in Prozent

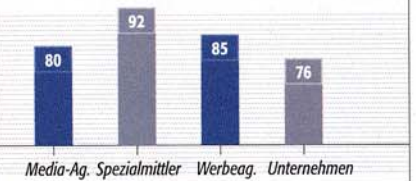


Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

BEDEUTUNG WÄCHST

Wie entwickelt sich Ambient Media 2007?

Angabe „Bedeutung wird deutlich/etwas steigen“ in Prozent.



Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

AM BESTEN FÜR KONSUMGÜTER

Für welche Branchen ist Ambient Media gut?

Angaben in Prozent



Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

NICHTS FÜRS GESUNDHEITSWESEN

Für welche Branchen ist Ambient Media gut?

Angaben in Prozent



Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

KINO UND SZENEKNEIPEN

Welche Ambient-Media-Locations kennen Sie?

Angaben in Prozent

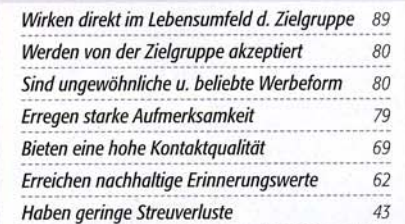


Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

NAH AM MARKT

Eigenschaften von Ambient Media (Auswahl)

Angabe „trifft zu“ in Prozent

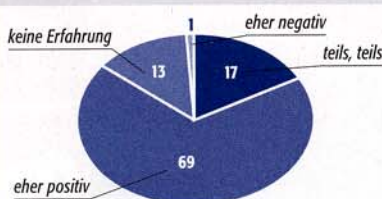


Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

FLOPS BISLANG SELTEN

Erfahrungen mit Ambient Media

Angaben in Prozent



Basis: 497 Befragte. Quelle: Trendbarometer/Fachverband Ambient Media. © WVF

WENIG HARTE ZAHLEN

Wissen zu ungewöhnlicher Werbung.

In regelmäßigen Abständen ermittelt der Fachverband Ambient Media (FAM, Hamburg) Kenntnis und Einsatz seines Mediums. Die Stichprobe der jüngsten Erhebung umfasst 497 Personen aus Media-Agenturen (192), von Spezialmittlern (85), aus Werbeagenturen (74) und aus werbungstreibenden Firmen (96). Von den Befragten arbeiten 397 mit Ambient Media.

DIE MEISTEN GEHEN EINKAUFEN

Häufig besuchte Ambient-Media-Locations

Angabe „In den letzten sieben Tagen“ in Prozent (Auswahl)



Basis: 2500 Befragte. Quelle: Ambient Media Analyse/FAM. © WVF