



MOVING MEDIA
BASEL

Werbe-Touchpoints der Basler Bevölkerung



DIE MARKTPARTNER

Februar 2017

Inhalt

- Studiensteckbrief
- Beachtungshäufigkeit
- Akzeptanz
- Werbeawareness (Beispiele)
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- Zusammenfassung & Fazit

Inhalt

- **Studiensteckbrief**
- Beachtungshäufigkeit
- Akzeptanz
- Werbeawareness (Beispiele)
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- Zusammenfassung & Fazit

Studiensteckbrief:

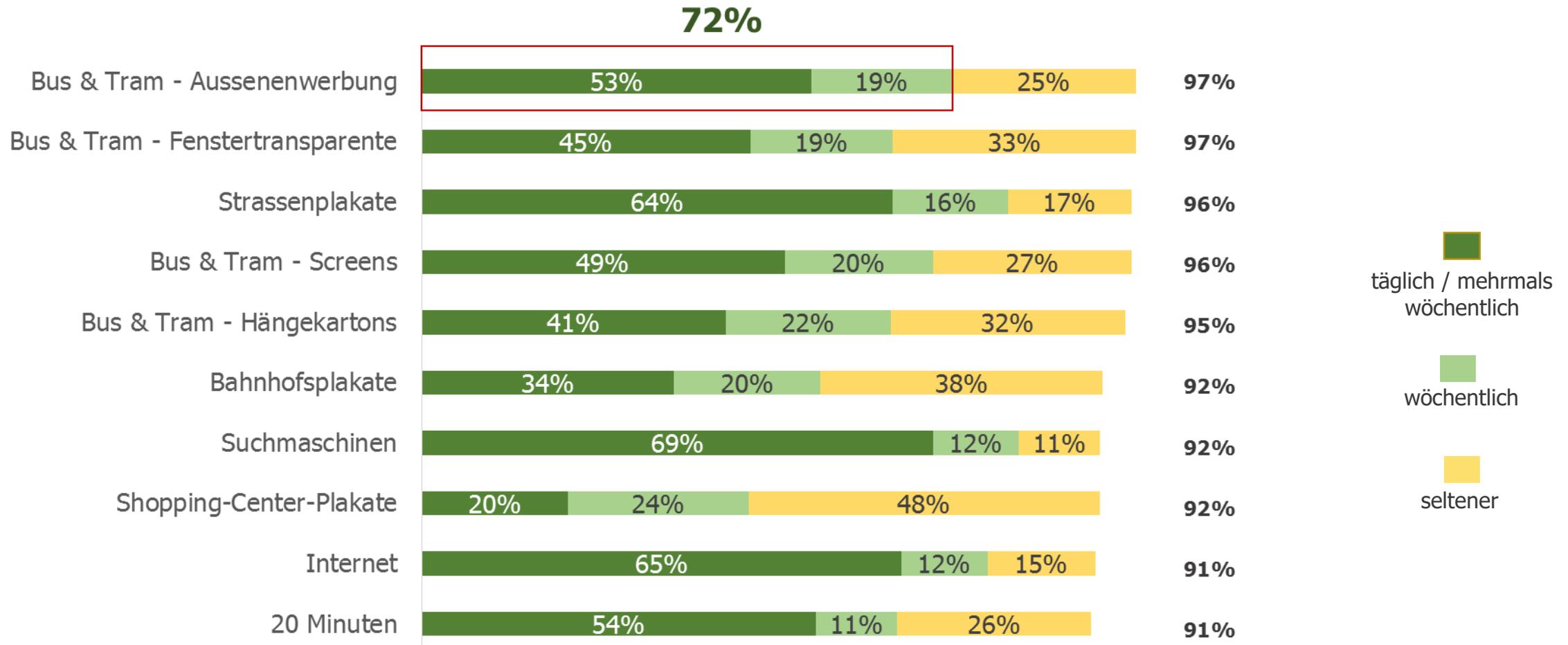
Zielsetzung	Werbebeachtung und Wahrnehmung von Bus- und Tramwerbung (Innen- & Aussenbereich)
	Evaluation der wichtigsten Werbekanäle im Einzugsgebiet von Basel sowie die Vergleichbarkeit der Mediagattungen
Screening	Personen von 18 bis 60 Jahren mit Wohn oder Arbeitsort in den Kantonen BS & BL
Durchführungszeitraum	27. Dezember bis 4. Januar 2017
Fallzahl & Methode	327 bevölkerungsrepräsentative Online-Interviews
Themenbereiche	Beachtungshäufigkeit & Akzeptanz der Werbeformen, Abfrage Werbeerinnerung aktueller Kampagnen & Kundenkreise div. Anbieter
Institut:	Die Marktpartner bastianelli & stutzmann

Inhalt

- Studiensteckbrief
- **Beachtungshäufigkeit**
- Akzeptanz
- Werbeawareness (Beispiele)
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- Zusammenfassung & Fazit

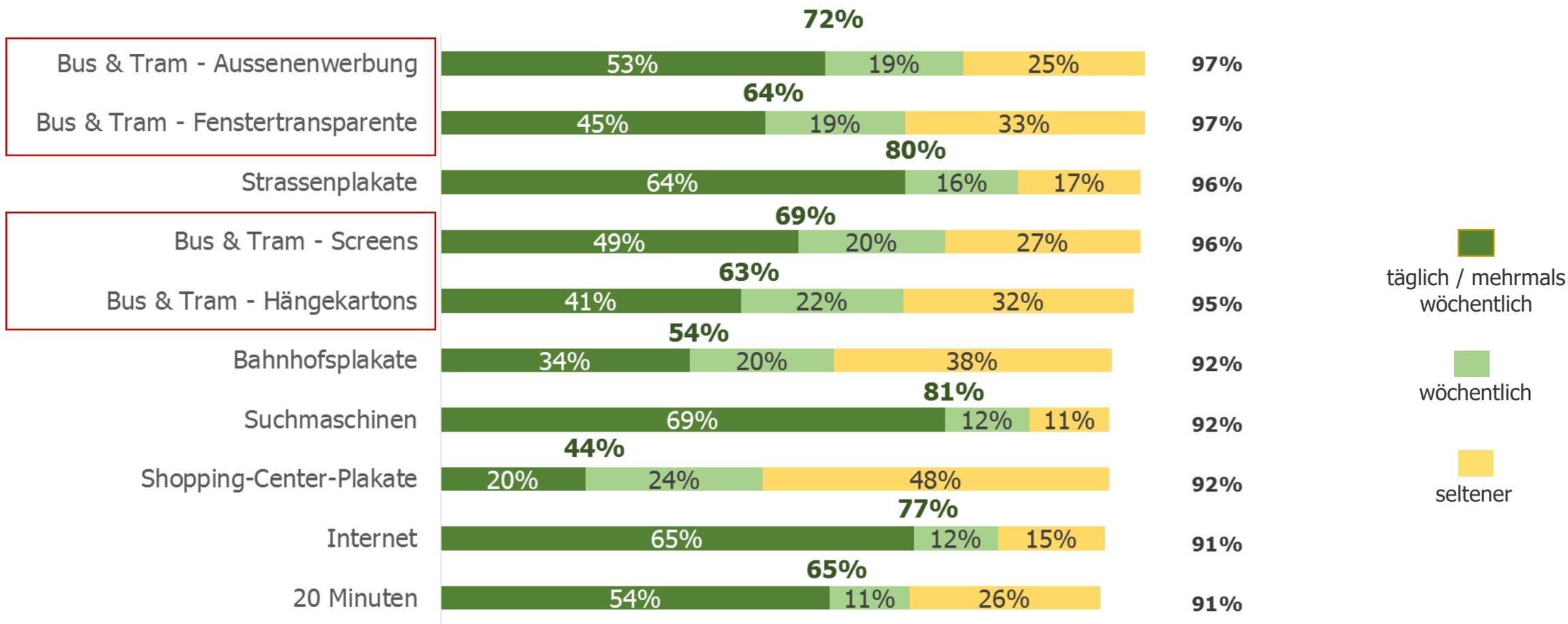
72% der Basler Bevölkerung können innerhalb einer Woche mit Bus- und Tram- Aussenwerbung erreicht werden. Lediglich 3% beachten diese Werbeform nie!

Frage 10: Wie häufig beachten Sie Werbung?
Top 10 Touch-Points:



Alle Touch-Points von MM-Basel sind unter den Top 5

Frage 10: Wie häufig beachten Sie Werbung?
Top 10 Touch-Points:



Bei einer Kampagnendauer von mehr als einer Woche ist ÖV-Aussenwerbung mit klassischer Plakatwerbung vergleichbar!

Alle Teilnehmer (n=327)

Beachtung von Bus- und Tram-Aussenwerbung:

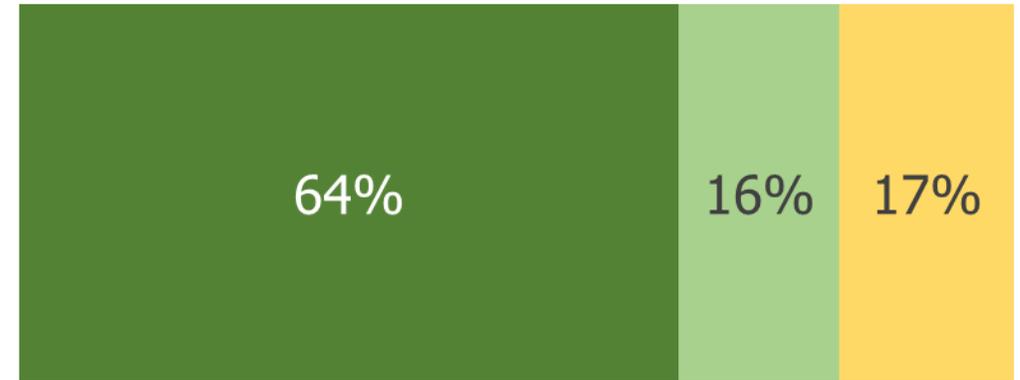
mögliche Reichweite pro Woche: 72%



mögliche Reichweite bei einer längeren Kampagnendauer: 97%

Beachtung von klassischer Plakatwerbung:

mögliche Reichweite pro Woche: 80%



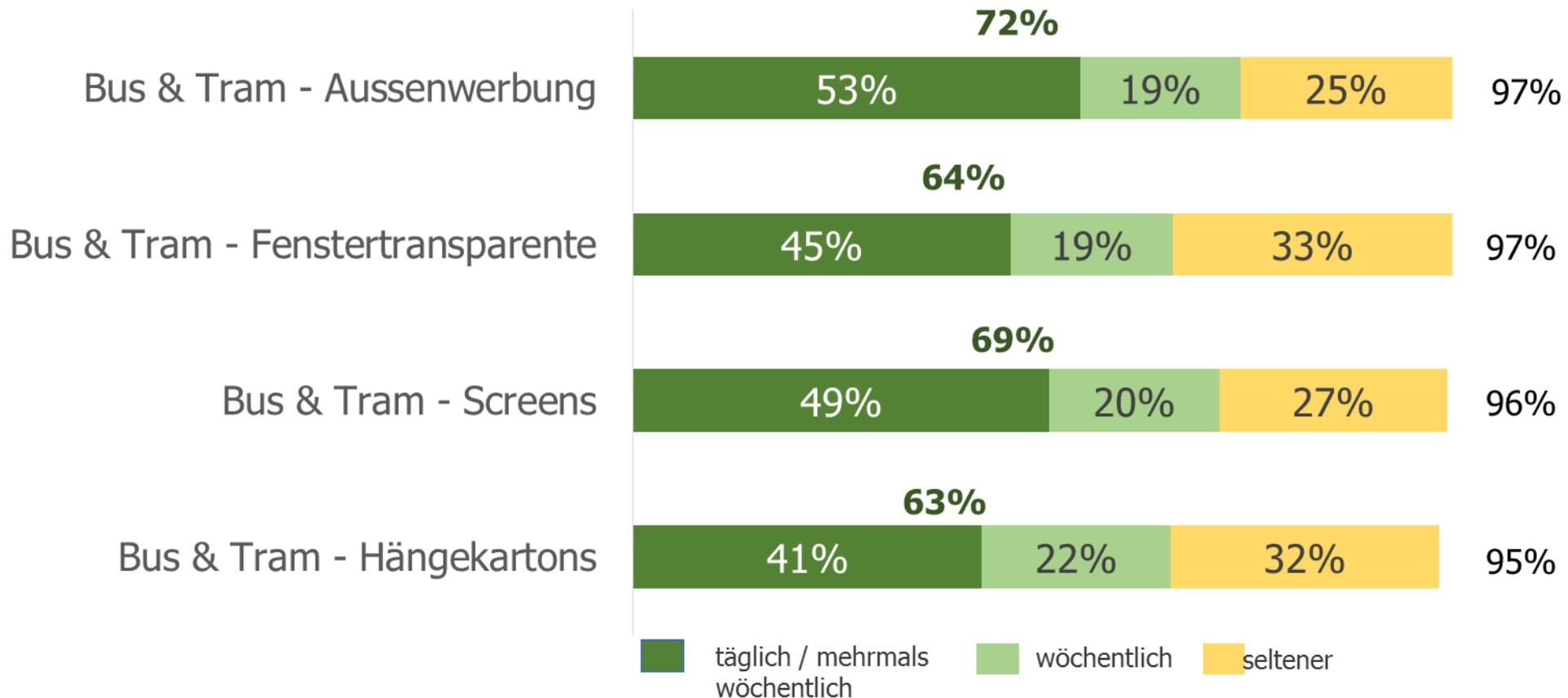
mögliche Reichweite bei einer längeren Kampagnendauer: 97%

■ täglich / mehrmals wöchentlich ■ wöchentlich ■ seltener

Maximale Wochenreichweite sämtlicher Touch-Points von Moving Media Basel > 63%

Beachtungshäufigkeit der Werbung:
Alle Teilnehmer (n=327)

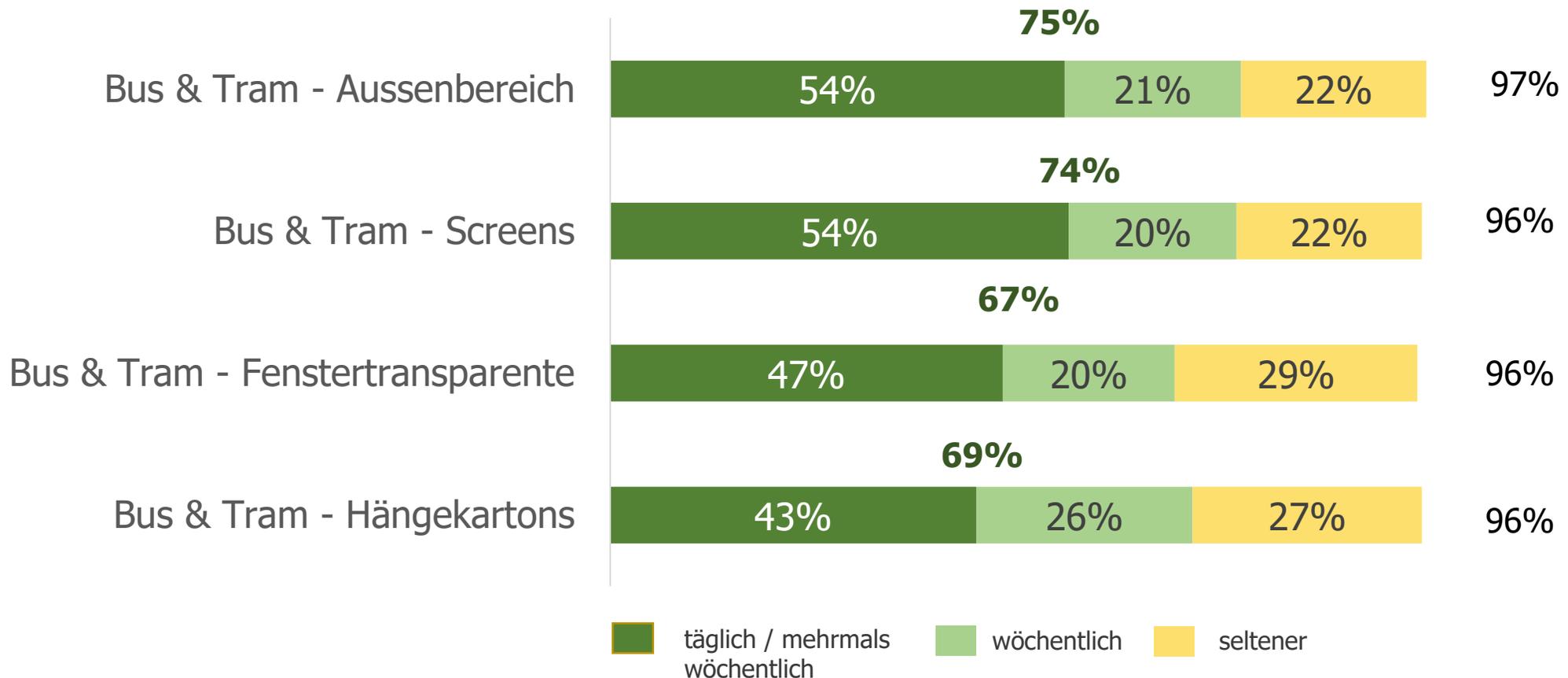
Touch-Points Moving Media Basel:



Wochenreichweite sämtlicher Touch-Points bei Personen bis 40 Jahren > 67%

Beachtungshäufigkeit der Werbung:
Personen 18 - 40 (n=191)

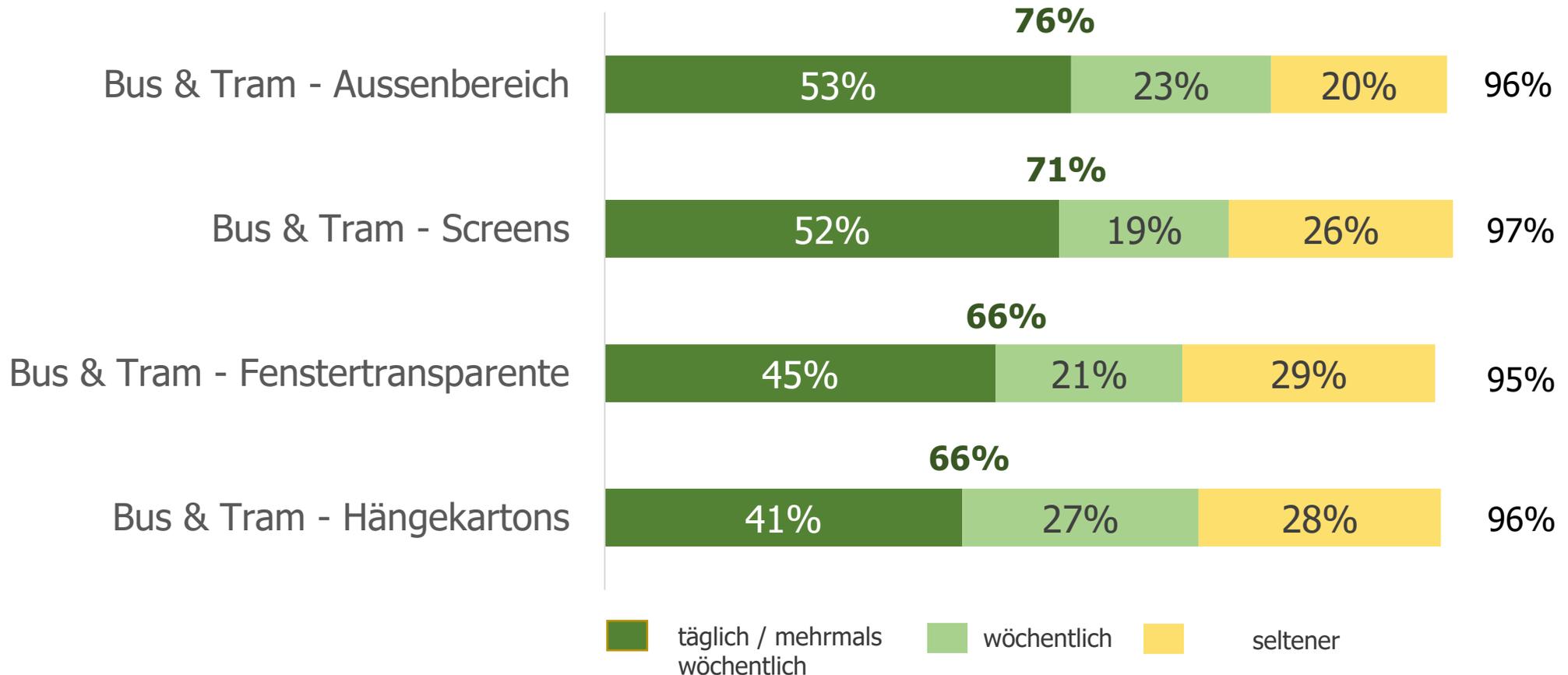
Touch-Points Moving Media Basel:



Wochenreichweite sämtlicher Touch-Points bei Personen mit hoher Bildung > 66%

Beachtungshäufigkeit der Werbung:
(n=191)

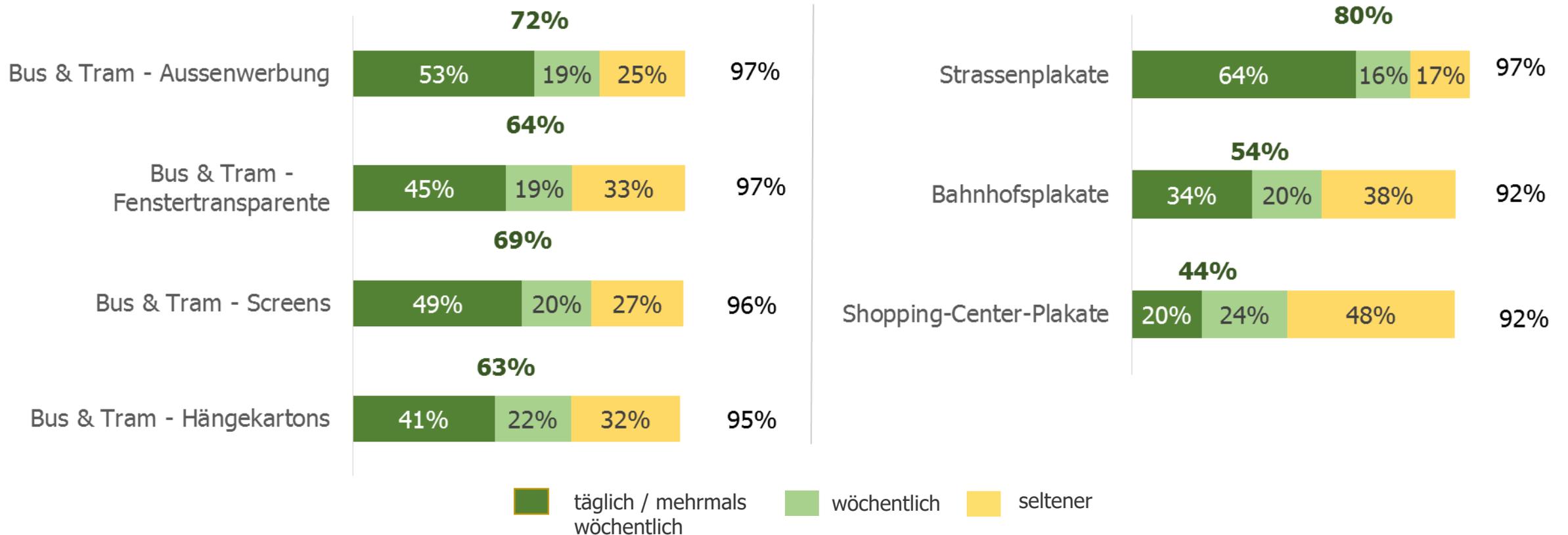
Touch-Points Moving Media Basel:



Klassische Plakatwerbung im Vergleich mit den Werbemöglichkeiten von Moving Media Basel

Beachtungshäufigkeit der Werbung:
Alle Teilnehmer (n=327)

Touch-Points Moving Media Basel:

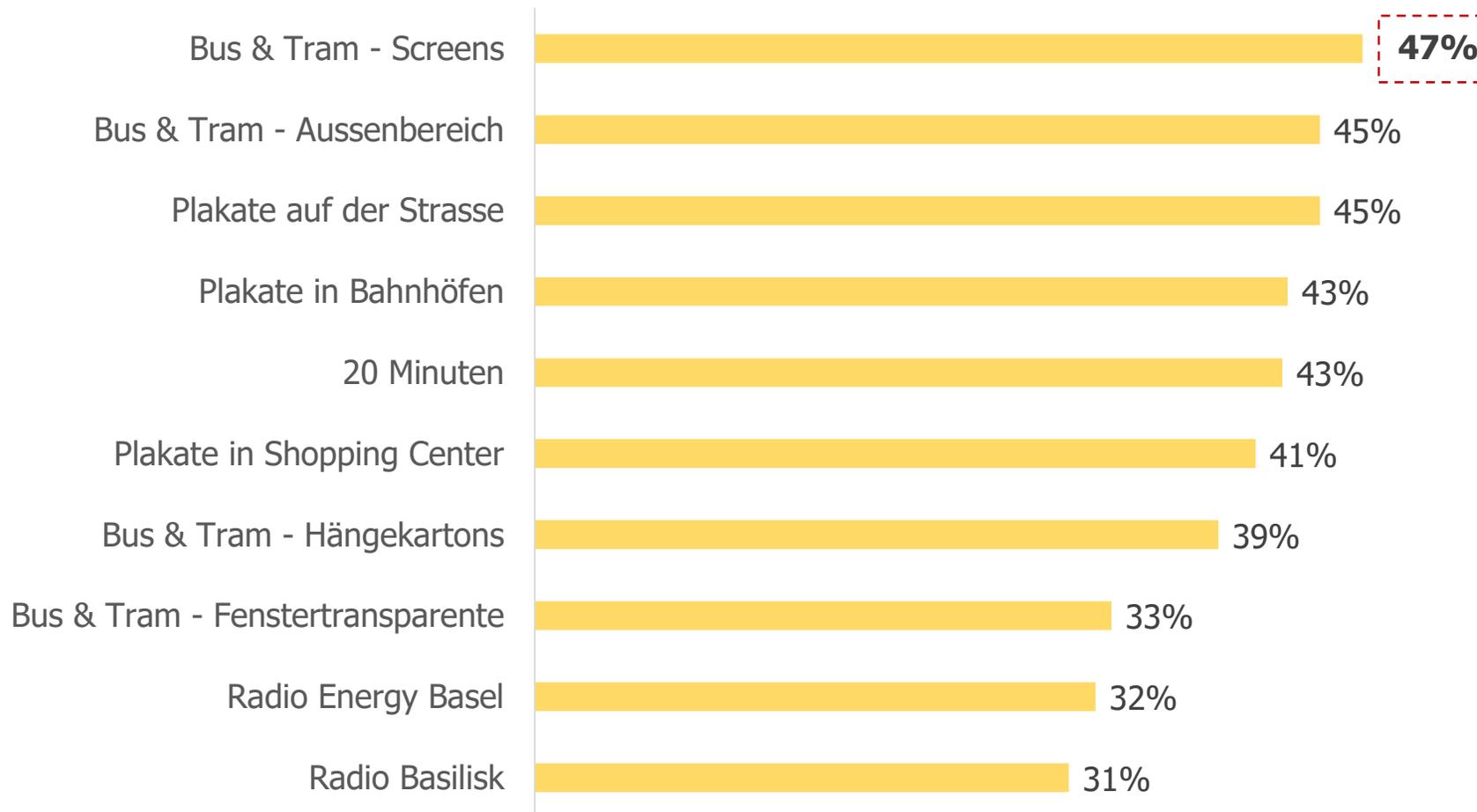


Inhalt

- Studiensteckbrief
- Beachtungshäufigkeit
- **Akzeptanz**
- Werbeawareness (Beispiele)
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- Zusammenfassung & Fazit

AdScreens in Bus- und Tram sind die sympathischsten Werbeträger

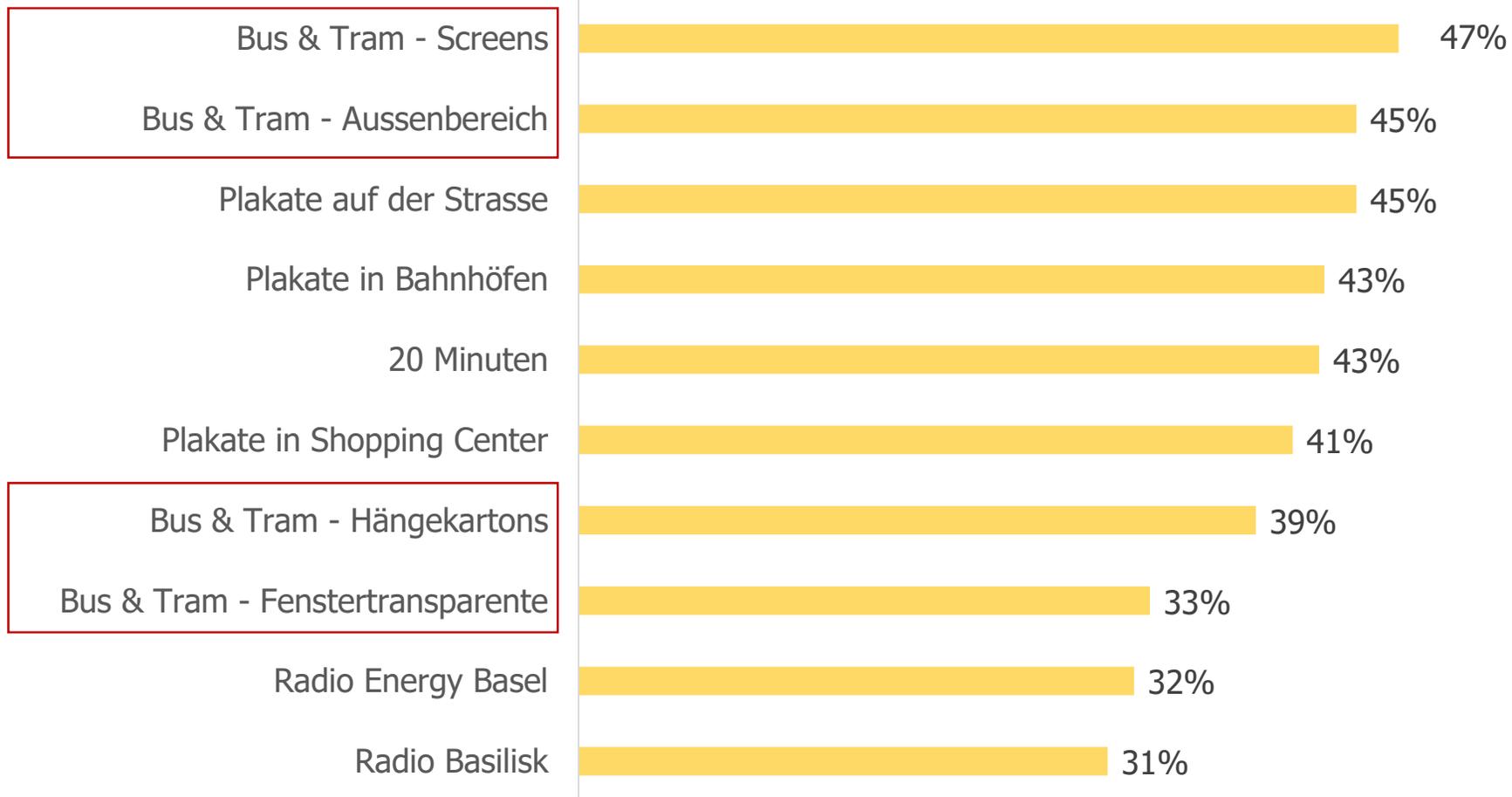
Frage 17: Sympathie der Werbeformen:
Top 10 Touch-Points:



Platz 1 bei sämtlichen Zielgruppen!

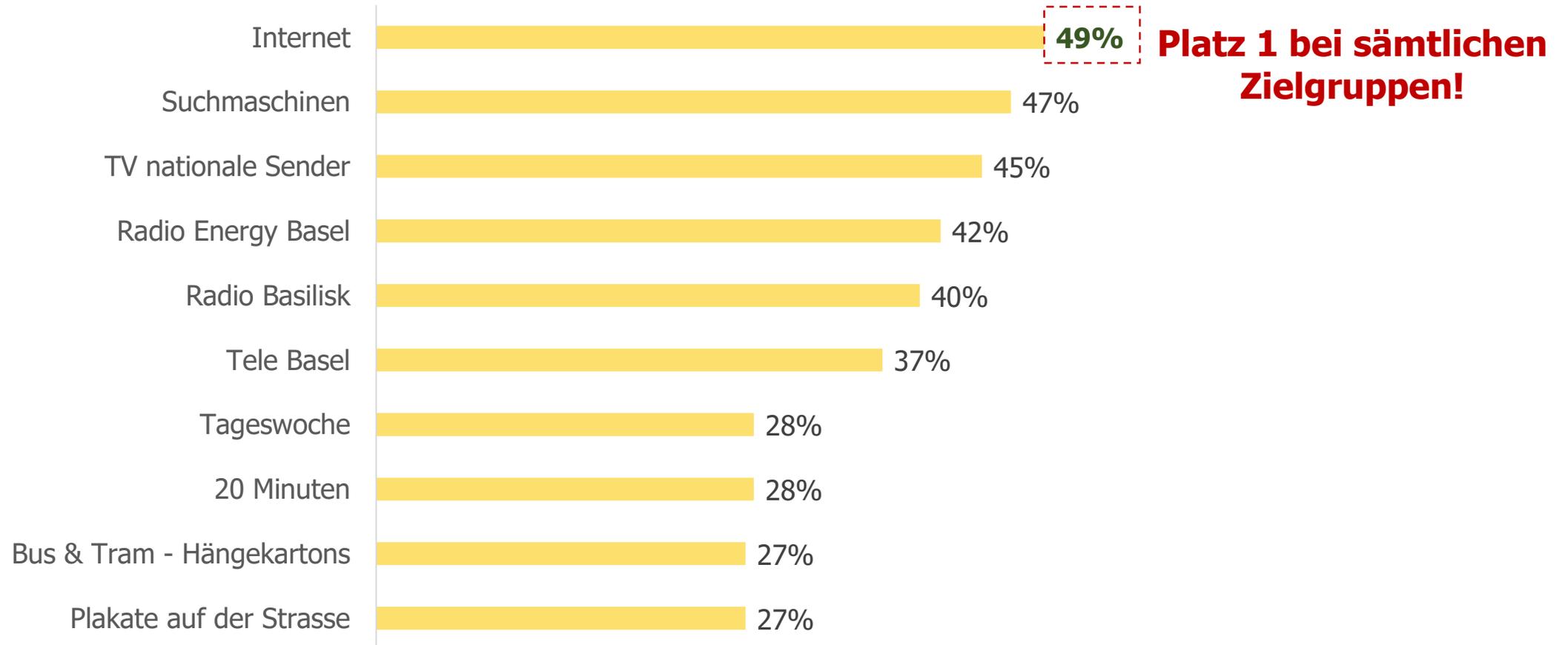
Hohe Sympathiewerte für sämtliche Touch-Points!

Frage 17: Sympathie der Werbeformen:
Top 10 Touch-Points:



Fast 50% empfinden Internetwerbung als störend! Dies gilt für alle Konsumentengruppen

Frage 18: Wo empfinden Sie Werbung als störend?
Top 10 Touch-Points:

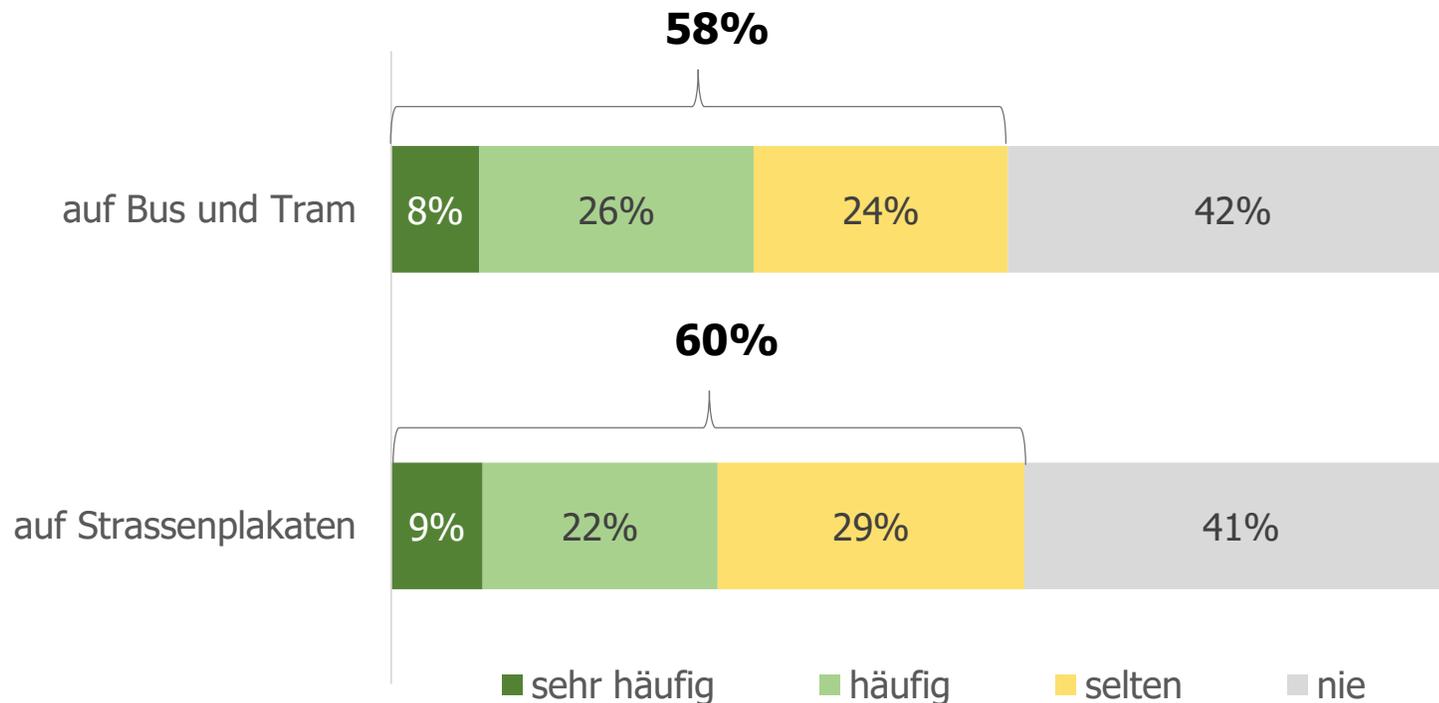


Inhalt

- Studiensteckbrief
- Beachtungshäufigkeit
- Akzeptanz
- **Werbeawareness (Beispiele)**
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- Zusammenfassung & Fazit

Gleiche Erinnerungswerte bei deutlich geringerem Budgeteinsatz

Haben Sie dieses Plakat schon einmal gesehen?



Mediaeinsatz (Brutto):

- **34'400 CHF**
- 8 F24, 10 F12 und 10 F200 auf 19 Verkehrsmitteln
- **4 Wochen Kampagnendauer**

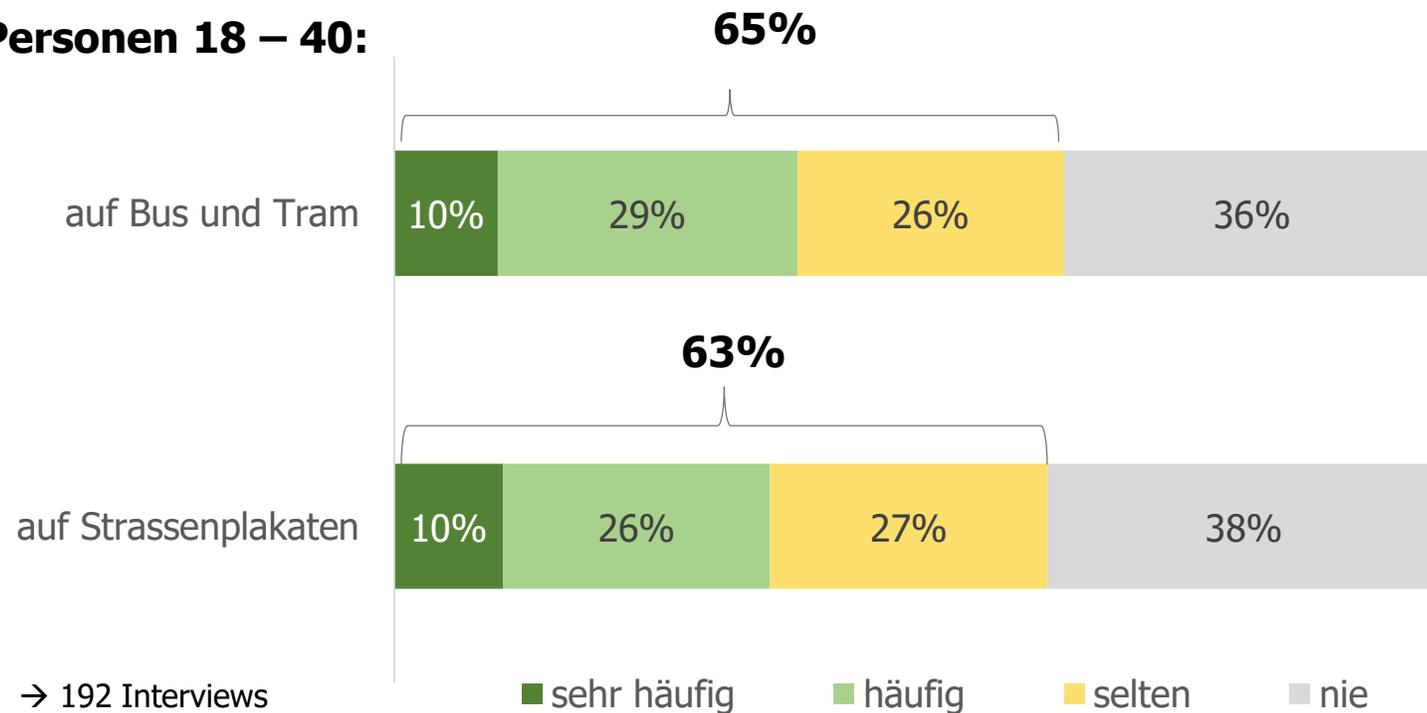
- **149'000 CHF** für Plakate
- **20'000 CHF** für Sceens

Hohe Affinität bei jungen und gut ausgebildeten Personen

Haben Sie dieses Plakat schon einmal gesehen?



Personen 18 – 40:



Mediaeinsatz (Brutto):

- **34'400 CHF**
- 8 F24, 10 F12 und 10 F200 auf 19 Verkehrsmitteln
- **4 Wochen Kampagnendauer**

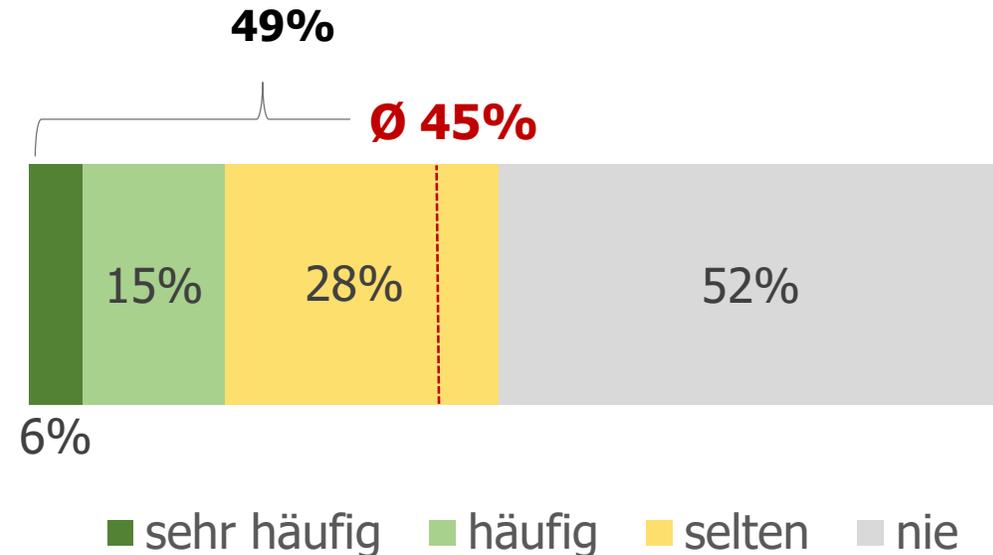
- **149'000 CHF** für Plakate
- **20'000 CHF** für Sceens

Überdurchschnittliche Werbeerinnerung bereits ab einer Kampagnendauer von 2 Wochen

Haben Sie dieses Plakat auf Bus- und Tram schon einmal gesehen?



- **2 Wochen Kampagnendauer**
- 8 F24 Plakate auf 4 Trams
- Mediaeinsatz Brutto: 17'600 CHF



Erklärung Benchmark:

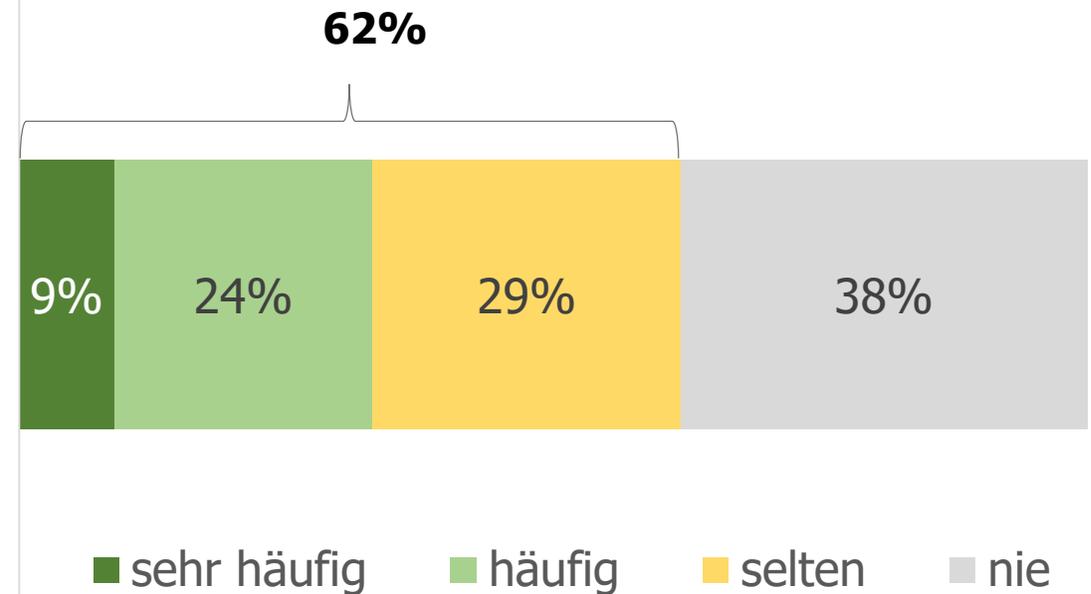
Gemäss Poster Performance Index (PPI) der APG beträgt die durchschnittliche Erinnerung an eine Plakatkampagne 45%.

Überdurchschnittliche Performance auch mit AdScreens

Ist Ihnen diese Werbung im Bus oder Tram schon einmal aufgefallen?



- **4 Wochen Kampagnendauer**
- Mediaeinsatz Brutto: 17'600 CHF

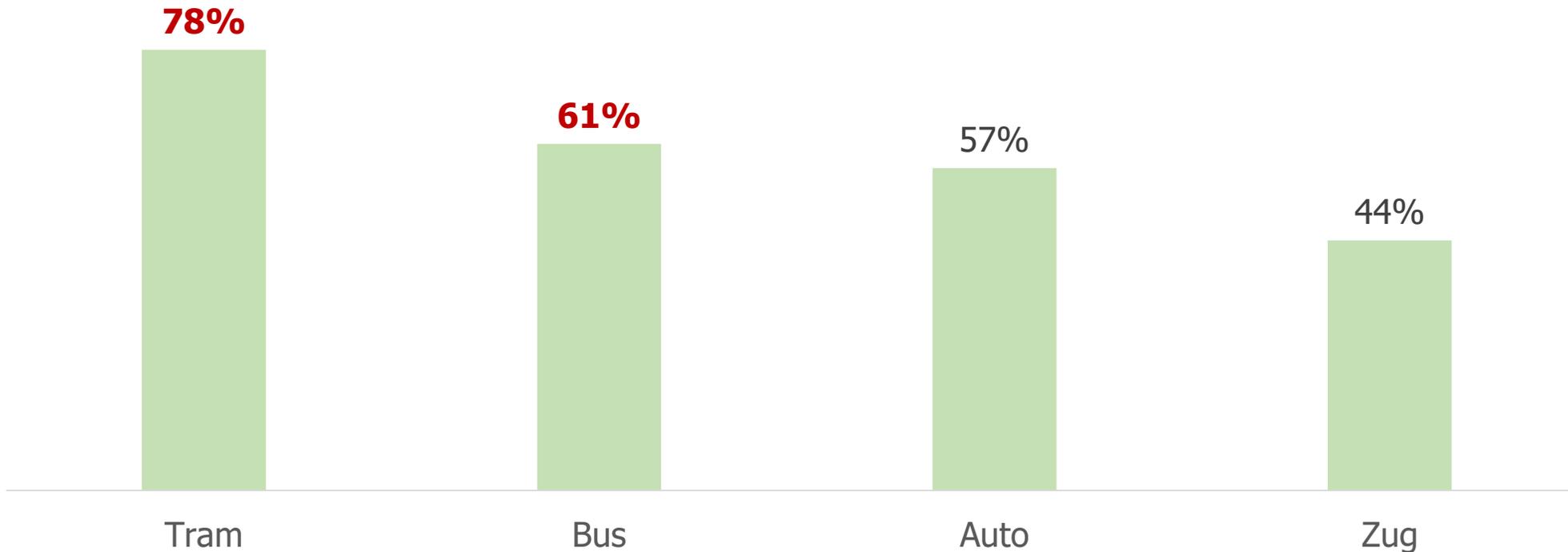


Inhalt

- Studiensteckbrief
- Beachtungshäufigkeit
- Akzeptanz
- Werbeawareness (Beispiele)
- **Verkehrsmittelnutzung & AdScreens**
- Zusammenfassung & Fazit

78% der Innenstadt-Besucher nutzen das Tram

Verkehrsmittelnutzung der Personen, welche mehrmals wöchentlich oder wöchentlich in der Innenstadt von Basel unterwegs sind:

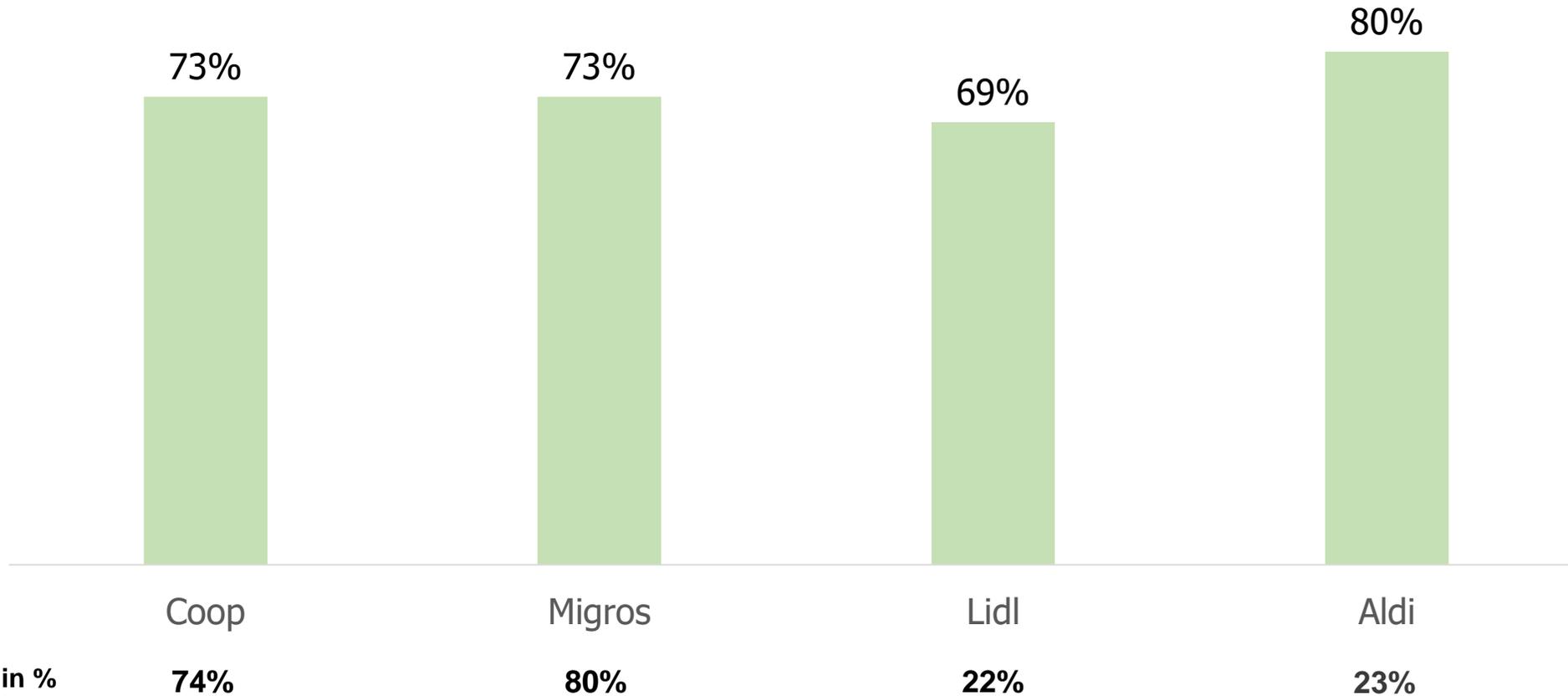


→ 258 Interviews

Innerhalb einer Woche werden mit AdScreens > 70% der Kunden von Coop, Migros, Lidl oder Aldi erreicht

Wie häufig beachten Sie Werbung auf AdScreens in Bus & Tram?

(Antworten mit sehr häufig & häufig)



Lesebeispiel:
80% kaufen mindestens wöchentlich bei Migros ein. Davon können 73% innerhalb einer Woche mit AdScreens in Bus- und Tram erreicht werden.

Kunden in %
pro Woche:

Inhalt

- Studiensteckbrief
- Beachtungshäufigkeit
- Akzeptanz
- Werbeawareness (Beispiele)
- Verkehrsmittelnutzung & AdScreens
- **Zusammenfassung**

Zusammenfassung

- **72% der Basler Bevölkerung können innerhalb einer Woche mit Bus- und Tram-Aussenwerbung erreicht werden. Lediglich 3% beachten diese Werbform nie!**
- Geht es um die Beachtung der Werbung sind sämtliche Werbekanäle von **Moving Media Basel unter den Top 6!**
- Bei einer Kampagnendauer von mehr als einer Woche ist die **Wirkung von Bus- und Tram Aussenwerbung mit klassischer Plakatwerbung** vergleichbar! Dies bei deutlich **geringeren Kosten**.
- Sämtliche Touch-Points von Moving Media Basel erreichen hohe Sympathiewerte. **AdScreens in Bus und Tram erreichen bei allen Zielgruppen den höchsten Sympathiewert!**
- **Überdurchschnittliche Werbe-Awareness aufgrund starker Media-Performance** (siehe Beispiele Manor und Intimissimi).

Kontakt:

Moving Media Basel AG
Münchensteinerstrasse 91
4052 Basel
www.mm-basel.ch

Tel: +41 61 511 48 60
Email: info@mm-basel.ch

Ansprechpartner:

Hans-Georg Bell
Geschäftsführer
hans-georg.bell@mm-basel.ch