



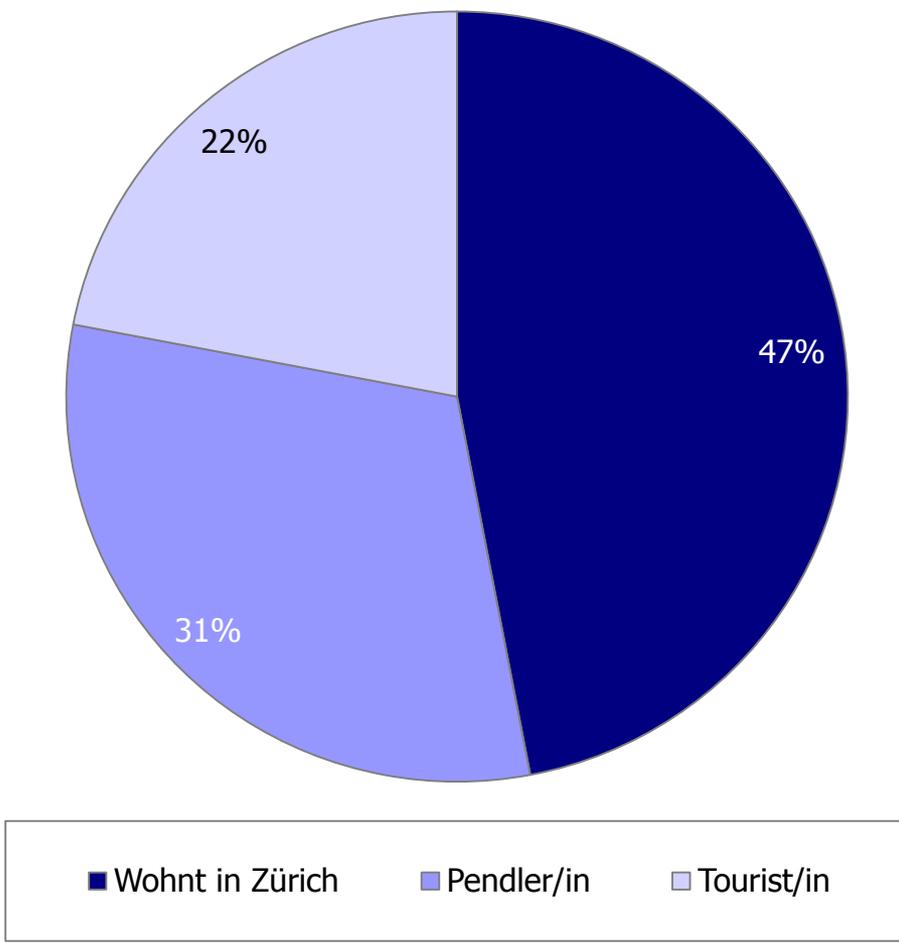
Evaluation der Akzeptanz bezüglich neuer Aussenwerbungsformen auf öffentlichem Grund

Oktober 2013

- Zielgruppen:**
- In der Stadt Zürich wohnhafte Bevölkerung
 - Pendler/innen (regelmässig in Zürich)
 - Tourist/innen (einmalig/selten in Zürich)
- Stichprobe:** Total 313 Befragte, Quoten für die 3 Zielgruppen
- Messgenauigkeit:** +/-5.7%
- Methode:** Persönliche Befragung am Bellevue und am Escher-Wyss-Platz
- Zeitraum:** 20. September – 3. Oktober 2013

Frage 1: Darf ich Sie zuerst fragen: Wohnen Sie in der Stadt Zürich oder kommen Sie als Pendler/in regelmässig nach Zürich oder sind Sie Tourist/in?

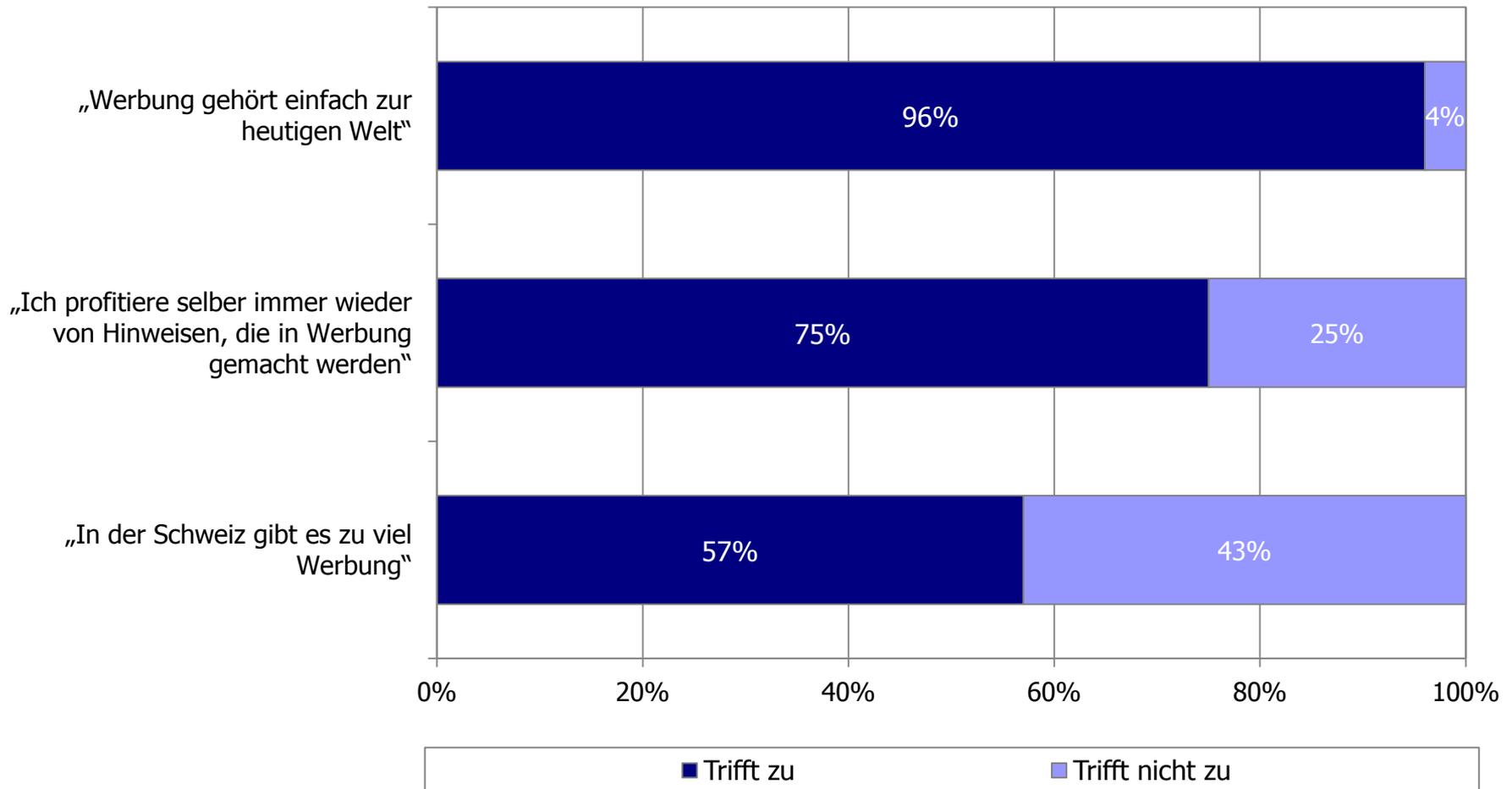
Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Werbung allgemein

Frage 2: Zuerst möchte ich Ihre Einstellung zur Werbung ganz allgemein erfahren und lese Ihnen 3 Meinungen vor. Sagen Sie mir bitte zu jeder Meinung, ob sie auf Sie zutrifft oder nicht.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Werbung allgemein, altersspezifisch

Frage 2: Zuerst möchte ich Ihre Einstellung zur Werbung ganz allgemein erfahren und lese Ihnen 3 Meinungen vor.
Sagen Sie mir bitte zu jeder Meinung, ob sie auf Sie zutrifft oder nicht.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

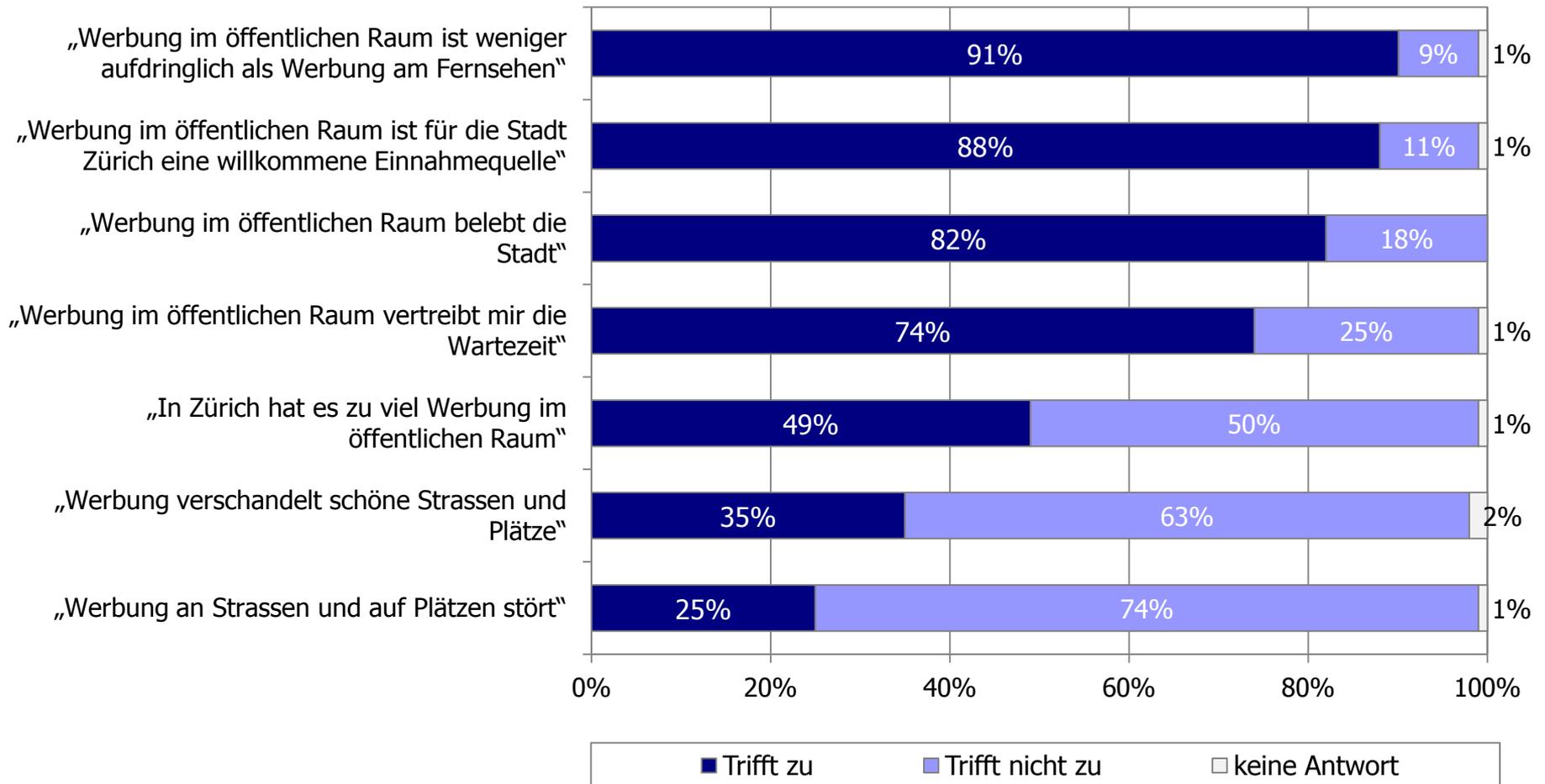
[Anteil «trifft zu»]

	16-24 Jahre	25-40 Jahre	41-64 Jahre	65+ Jahre
„Ich profitiere selber immer wieder von Hinweisen, die in Werbung gemacht werden“	82%	89%	76%	39%
„In der Schweiz gibt es zu viel Werbung“	45%	42%	67%	86%
„Werbung gehört einfach zur heutigen Welt“	100%	93%	99%	88%

Werbung im öffentlichen Raum

Frage 3: Reden wir jetzt einmal nur von Werbung im öffentlichen Raum, also auf Strassen und Plätzen.

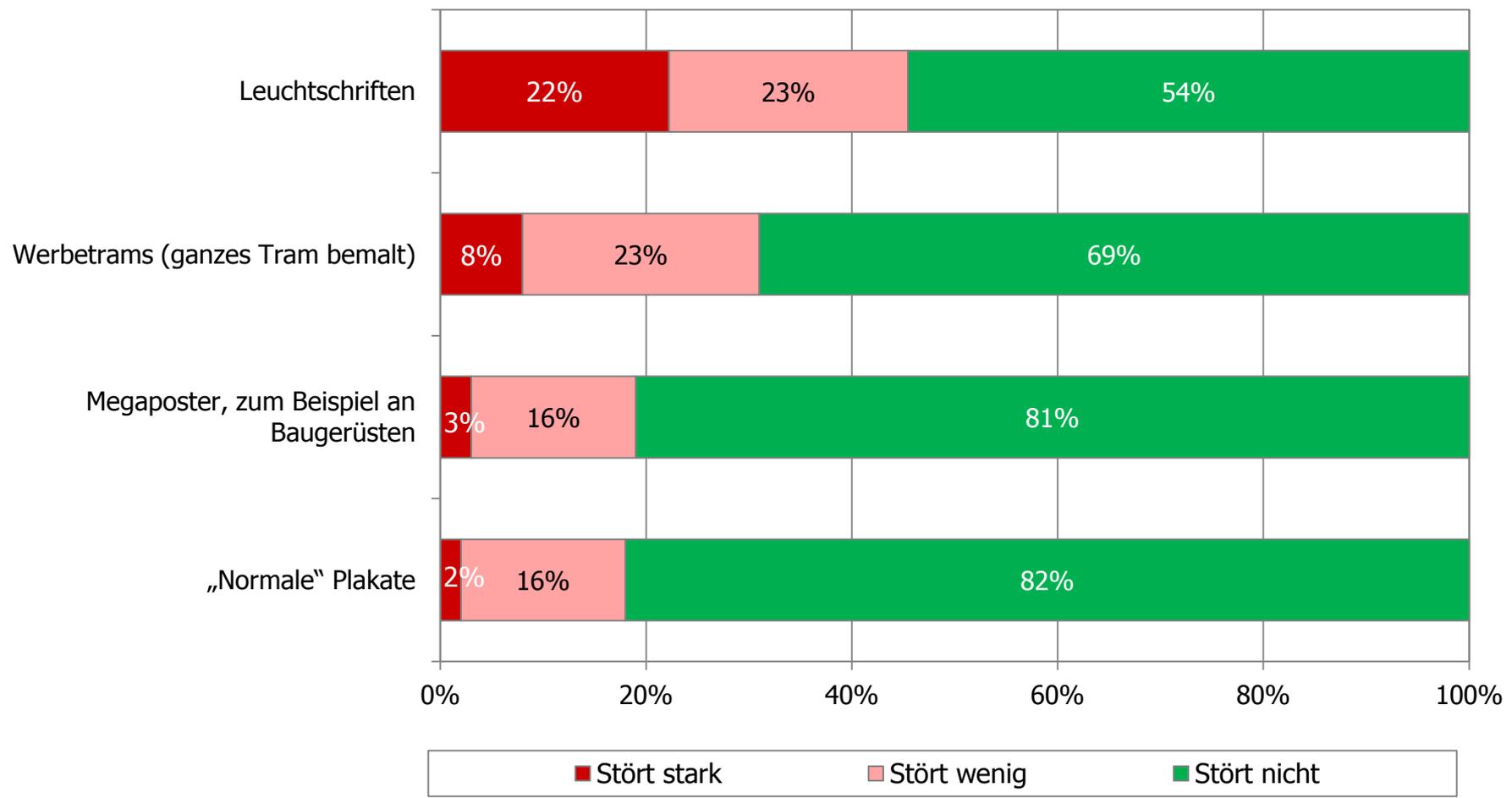
Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Werbeformen im Vergleich

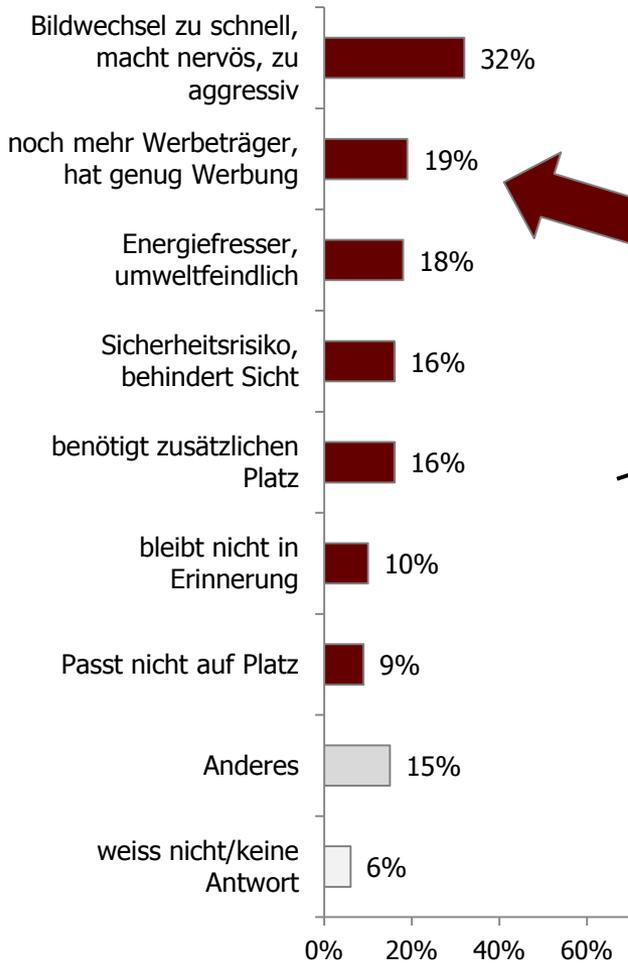
Frage 4: Welche der folgenden Werbeformen stören Sie stark, welche wenig und welche gar nicht?

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

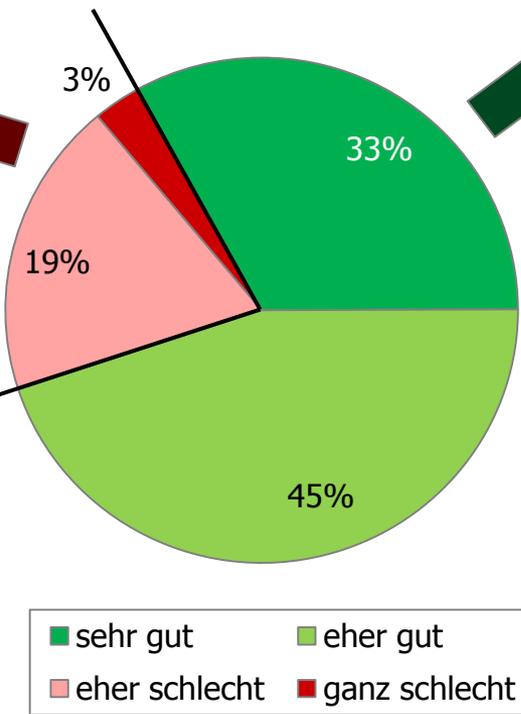


Grundsatzfrage und Begründungen

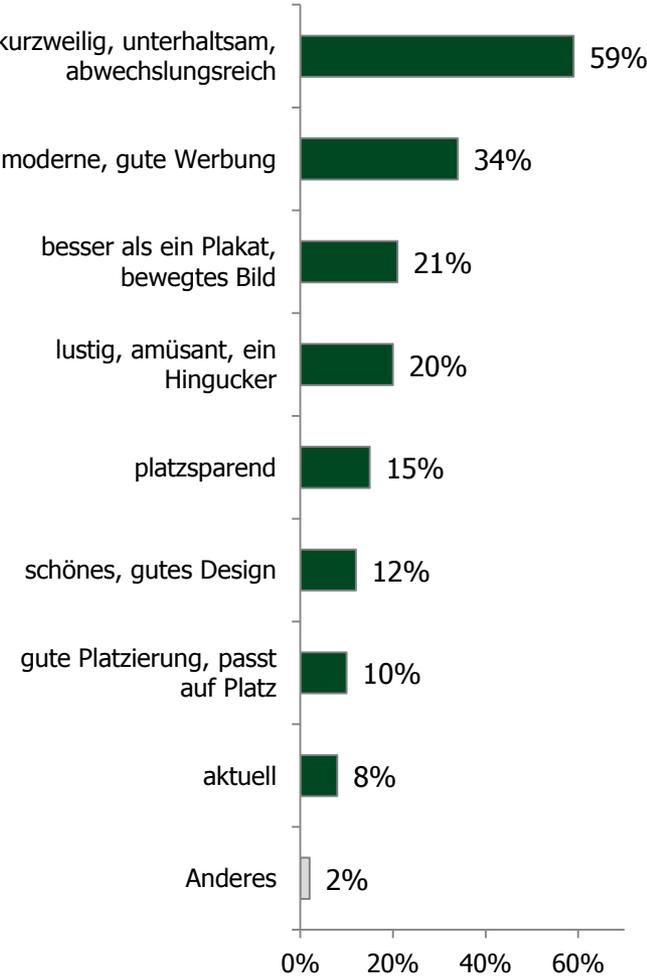
Frage 5.2: Was gefällt Ihnen nicht?
 Filter: Wenn eher schlecht/ganz schlecht (F05), Basis: 79 Befragte



Frage 5: Auf diesem Platz hat es eine neue Form von Werbung. Wie gefällt Ihnen dieses „Gerät“?
 Ich möchte also nicht wissen, wie Ihnen die Werbung gefällt, die darauf läuft, sondern nur der Screen selber.
 Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Frage 5.1: Was gefällt Ihnen besonders daran?
 Filter: Wenn sehr gut/eher gut (F05), Basis: 246 Befragte



Grundsatzfrage, altersspezifisch

Frage 5: Auf diesem Platz hat es eine neue Form von Werbung. Wie gefällt Ihnen dieses „Gerät“? Ich möchte also nicht wissen, wie Ihnen die Werbung gefällt, die darauf läuft, sondern nur der Screen selber.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

	16-24 Jahre	25-40 Jahre	41-64 Jahre	65+ Jahre
sehr gut	68%	39%	15%	4%
eher gut	24%	56%	66%	20%
eher schlecht	17%	7%	18%	67%
ganz schlecht	-	2%	4%	8%

Werbung im öffentlichem Raum versus Grundsatzfrage

Frage 3: Reden wir jetzt einmal nur von Werbung im öffentlichen Raum, also auf Strassen und Plätzen.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

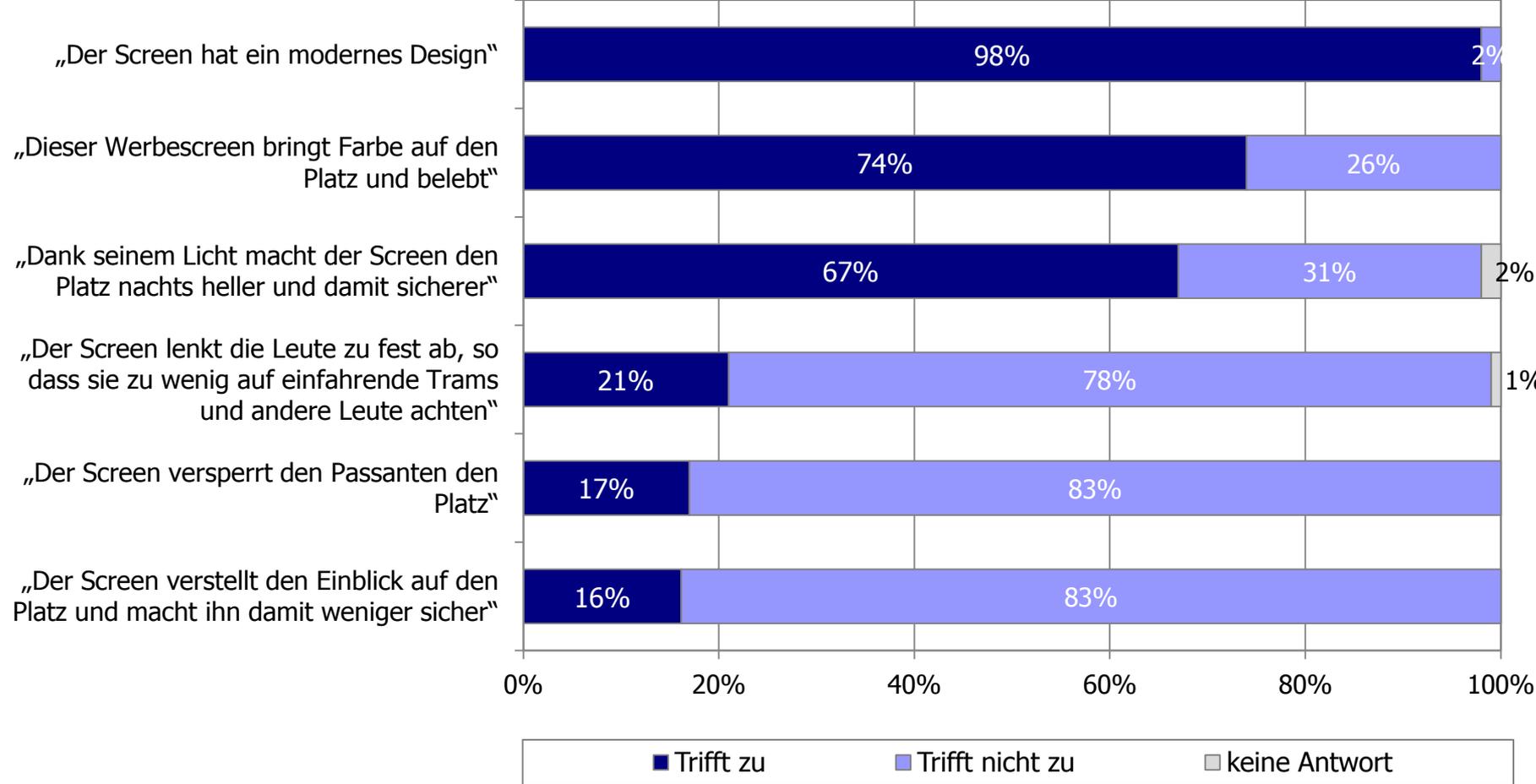
[Anteil «trifft zu»]

	Screen gefällt mir	Screen gefällt mir nicht
„Werbung im öffentlichen Raum belebt die Stadt“	90%	51%
„In Zürich hat es zu viel Werbung im öffentlichen Raum“	39%	87%
„Werbung im öffentlichen Raum vertreibt mir die Wartezeit“	85%	36%
„Werbung verschandelt schöne Strassen und Plätze“	21%	88%
„Werbung im öffentlichen Raum ist weniger aufdringlich als Werbung am Fernsehen“	91%	90%
„Werbung im öffentlichen Raum ist für die Stadt Zürich eine willkommene Einnahmequelle“	91%	78%
„Werbung an Strassen und auf Plätzen stört“	9%	85%

Meinungen zum Werbescreen

Frage 6: Ich habe noch 6 Meinungen zu diesem Screen.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Meinungen zum Werbescreen versus Grundsatzfrage

Frage 6: Ich habe noch 6 Meinungen zu diesem Screen.

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

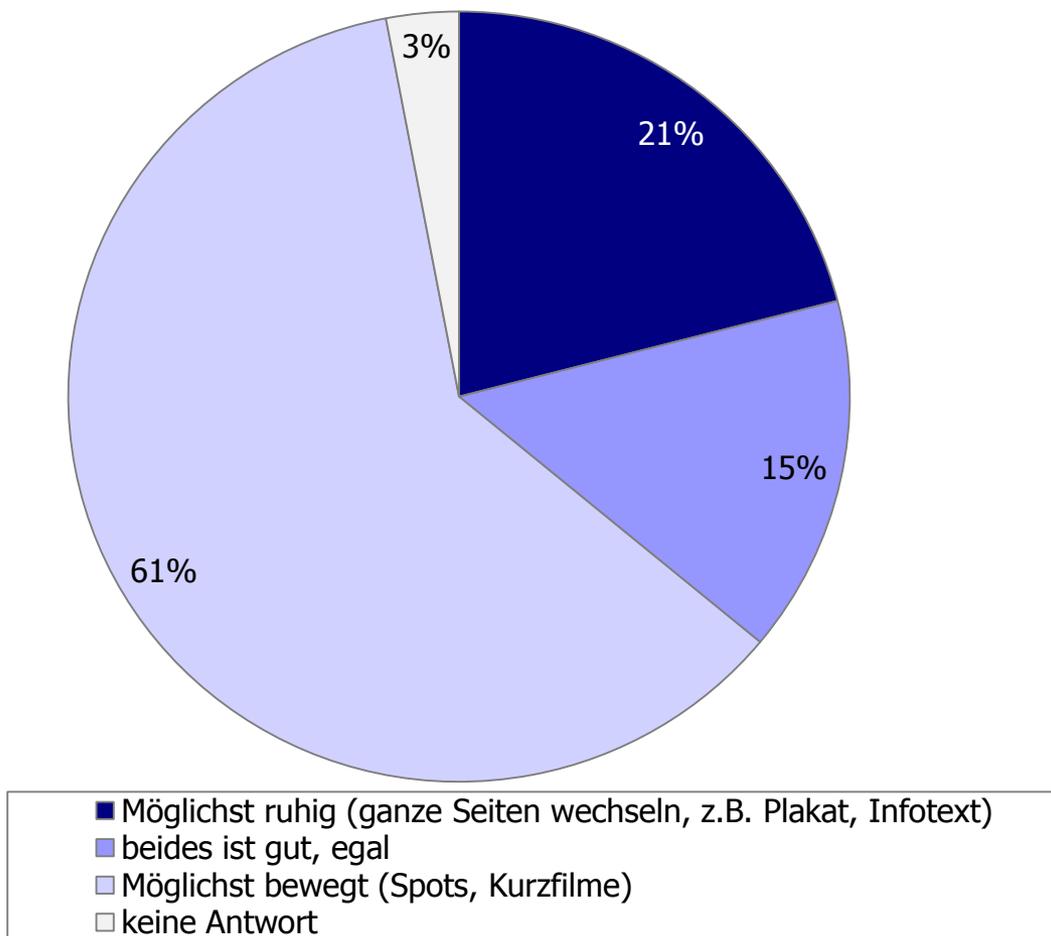
[Anteil «trifft zu»]

	Screen gefällt mir	Screen gefällt mir nicht
„Dieser Werbescreen bringt Farbe auf den Platz und belebt“	91%	10%
„Dank seinem Licht macht der Screen den Platz nachts heller und damit sicherer“	69%	55%
„Der Screen versperrt den Passanten den Platz“	4%	64%
„Der Screen hat ein modernes Design“	100%	94%
„Der Screen verstellt den Einblick auf den Platz und macht ihn damit weniger sicher“	2%	69%
„Der Screen lenkt die Leute zu fest ab, so dass sie zu wenig auf einfahrende Trams und andere Leute achten“	8%	72%

Ruhig versus bewegt

Frage 7: Finden Sie es besser, wenn möglichst „ruhige“ Sachen auf diesem Screen laufen, also zum Beispiel ganze Seiten aufs Mal wechseln? Oder gefallen Ihnen möglichst bewegte Sachen besser, also zum Beispiel Werbespots und andere kurze Filme?

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Ruhig versus bewegt, altersspezifisch

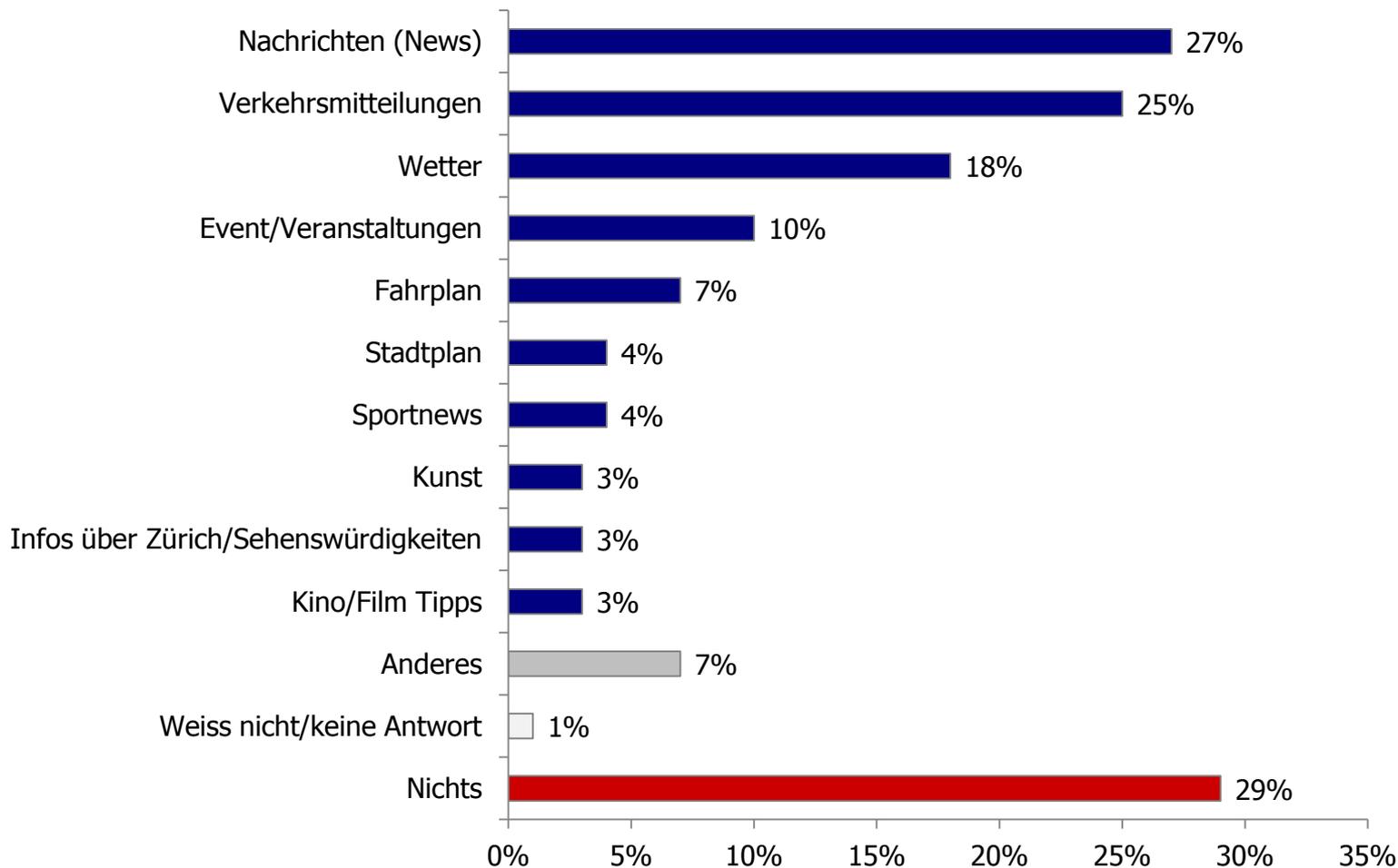
Frage 7: Finden Sie es besser, wenn möglichst „ruhige“ Sachen auf diesem Screen laufen, also zum Beispiel ganze Seiten aufs Mal wechseln? Oder gefallen Ihnen möglichst bewegte Sachen besser, also zum Beispiel Werbespots und andere kurze Filme?

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

	16-24 Jahre	25-40 Jahre	41-64 Jahre	65+ Jahre
Möglichst ruhig (ganze Seiten wechseln, z.B. Plakat, Infotext)	9%	4%	21%	69%
beides ist gut, egal	13%	13%	19%	16%
Möglichst bewegt (Spots, Kurzfilme)	72%	80%	58%	12%
keine Antwort	6%	2%	2%	2%

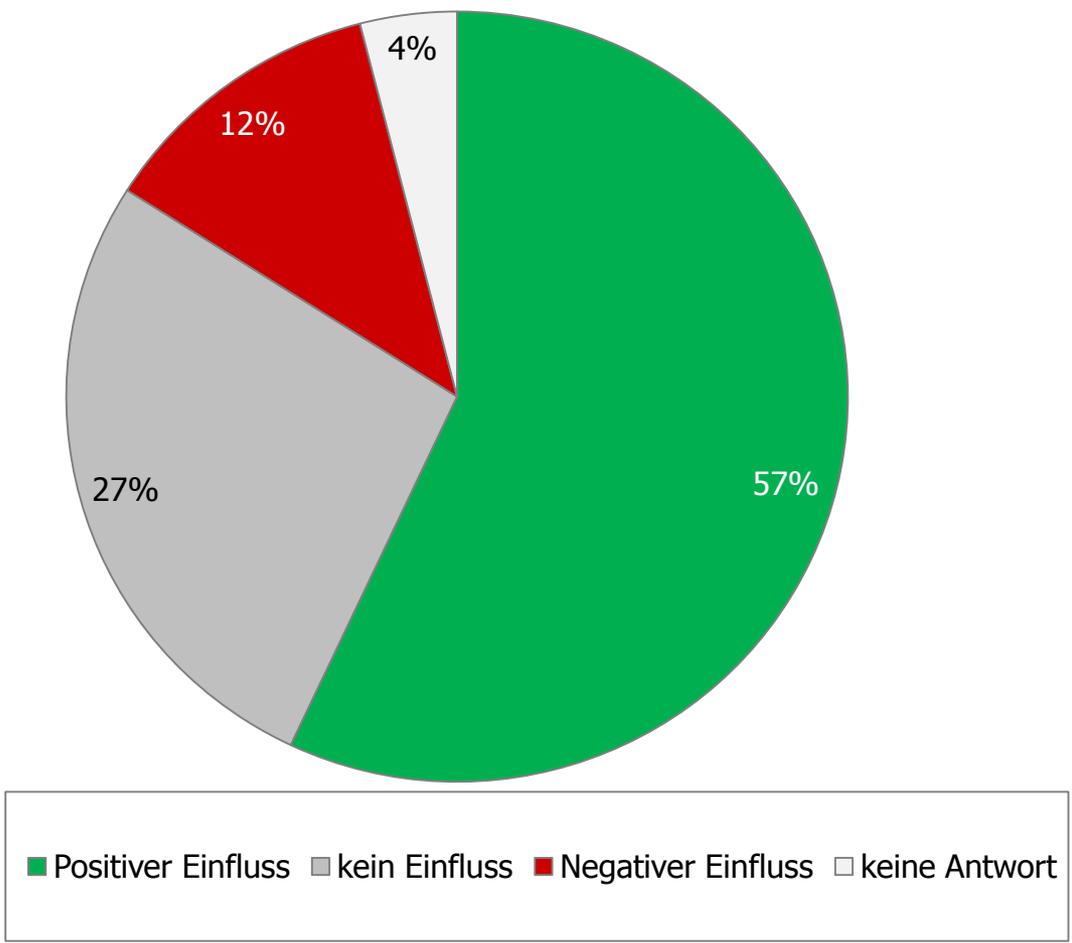
Frage 8: Was könnte auf diesem Screen ausser Werbung sonst noch laufen?

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte



Frage 9: Beeinflusst der Screen die Atmosphäre auf dem Platz positiv, hat er keinen Einfluss auf die Atmosphäre oder beeinflusst er die Atmosphäre negativ?

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

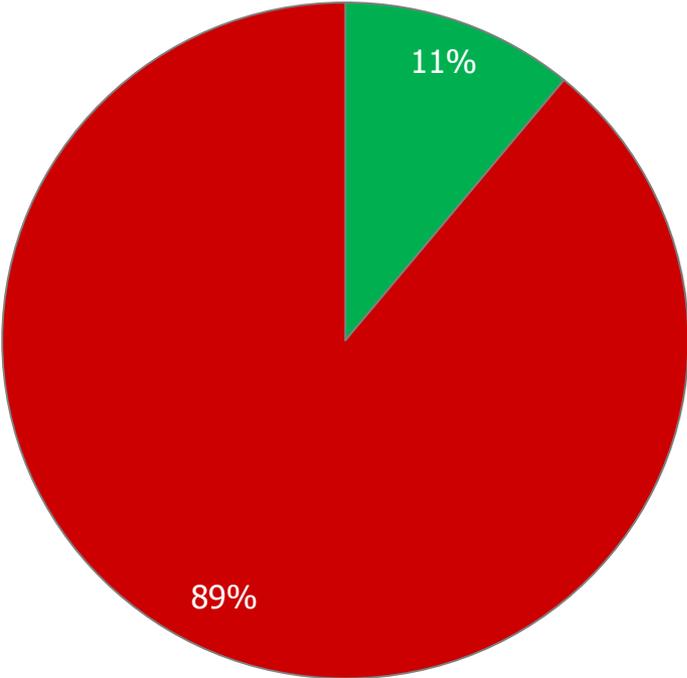


Einsatz in einem Wohnquartier / in einem Park

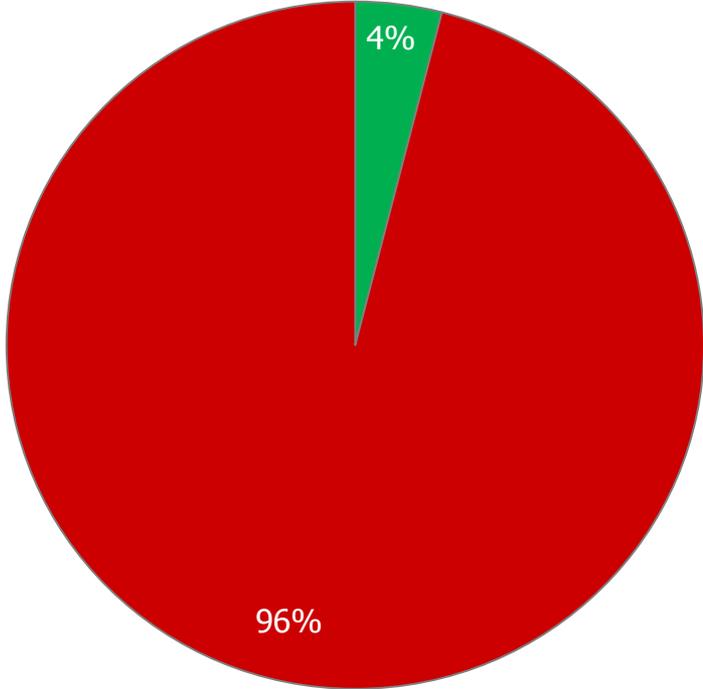
Frage 10: Könnten Sie sich diesen Screen statt auf diesem Platz auch vorstellen ...

Filter: Alle, Basis: 313 Befragte

... in einem Wohnquartier



... in einem Park



Herzlichen Dank!



Werner Reimann

+41-41-375 44 44, E-Mail: werner.reimann@demoscope.ch

DemoSCOPE Research & Marketing AG

Klusenstrasse 17/18

6043 Adligenswil

<http://www.demoscope.ch>