SOMMER, SONNE, DRAUSSEN SEIN

15.06.2020

WallDecaux
Premium Out of Home

WallDecaux
Premium Out of Home

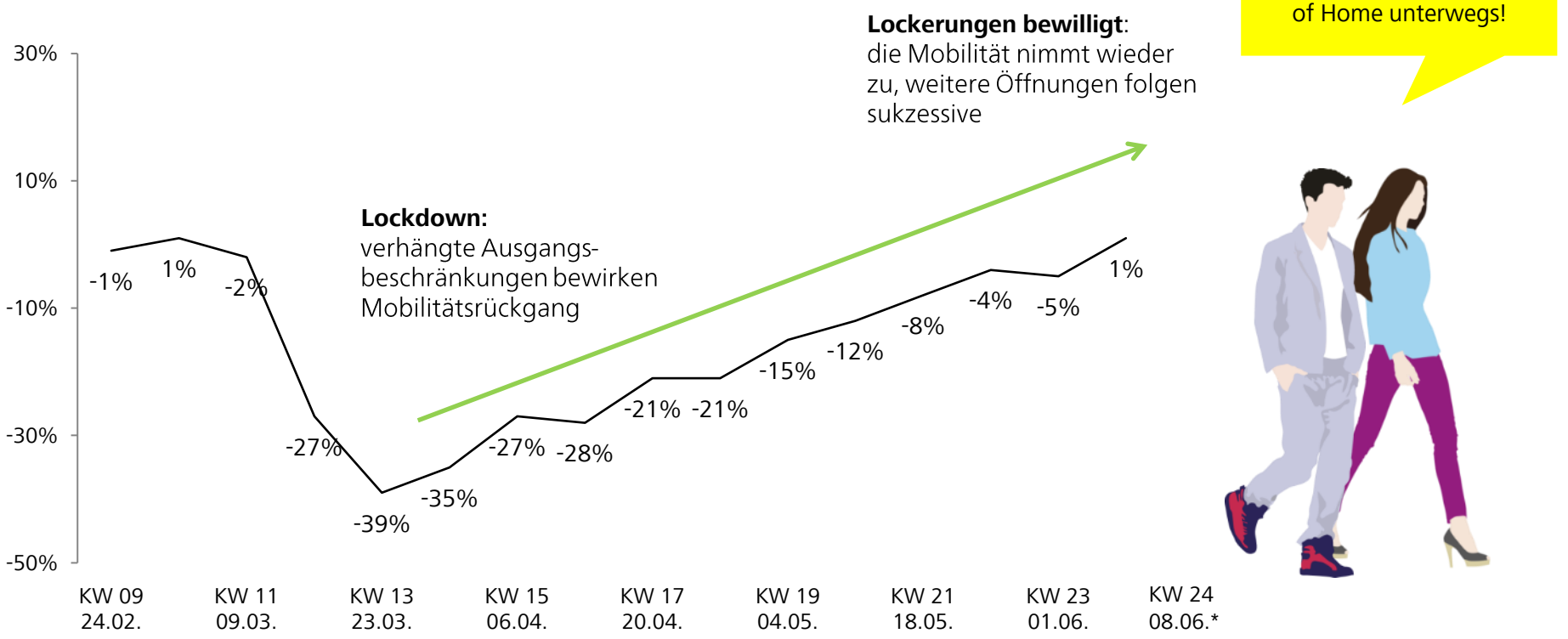
Die Mobilität hat sich normalisiert

Mobilität in Deutschland steigt weiter

und liegt auf Vor-Corona-Niveau

WallDecaux
Premium Out of Home

Mobilitätskurve Deutschland (Vgl. zu März 2019)



Quelle: Teralytics für Covid-19 Mobility Project © 2020 Research on Complex Systems - Robert Koch Institute & Humboldt University of Berlin, https://www.covid-19-mobility.org/current-mobility //
Basis: Nullpunkt = März 2019, Feiertage nicht berücksichtigt, *vorläufiger Stand bis einschließlich 15.06.

WallDecaux
Premium Out of Home

Neue Wertschätzung für „draußen“

Die Krise schärft das Bewusstsein

und steigert die Wertschätzung für den öffentlichen Raum

WallDecaux
Premium Out of Home

„Die Kommunikation im öffentlichen Raum ist reichweitenstark und effektiv auch in Ausnahmezeiten."

„Neben Sicherheit und Gesundheit haben für viele scheinbar selbstverständliche Werte wie insbesondere Freiheit erheblich an Relevanz gewonnen. Damit, so Baron, „steigt auch die Wertschätzung für den öffentlichen Raum."

Christof Baron, Inhaber Media for Excellence
im FAW-Podcast vom 21.05.2020

WallDecaux
Premium Out of Home

Stimmung positiv

Optimismus überwiegt

Die Menschen sehen positiv nach vorne

WallDecaux
Premium Out of Home

In der Gruppe der **Jüngeren** sogar **73%**.

65%

sind hinsichtlich der Pandemie-entwicklung optimistisch

Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Nach dem Lockdown werden nun nach und nach einzelne Regeln gelockert. Stimmt Dich das optimistisch oder verstärkt das eher Deine Sorgen hinsichtlich der Pandemieentwicklung? Es stimmt mich…?“, Darstellung Top 2 „sehr optimistisch“ und „optimistisch“, N=603,18-39 Jährige n=240

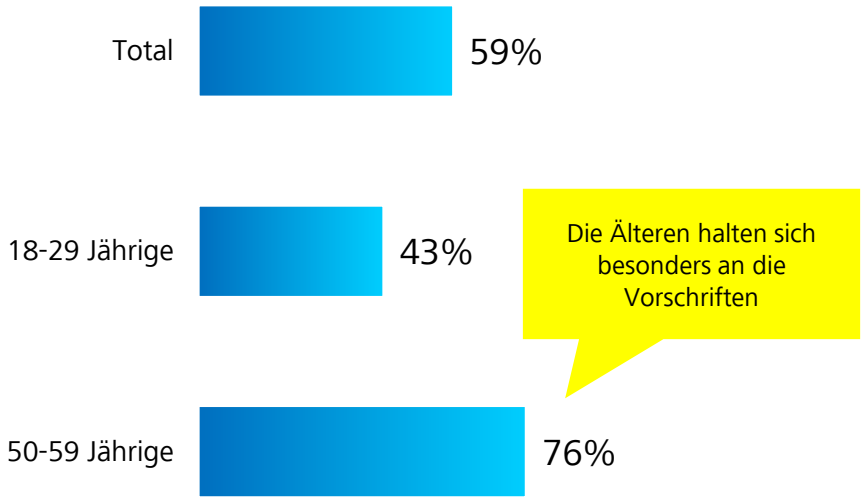
Corona-Regeln werden weiterhin ernst genommen und von der Mehrheit auch eingehalten

WallDecaux
Premium Out of Home

87%

… finden es wichtig, weiterhin die Abstands- und Hygieneregeln genau einzuhalten

Die Corona-Regeln werden befolgt von



Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Die Lockerung der Beschränkungen führt bei manchen Menschen zu einer gewissen Sorglosigkeit. Für wie wichtig hältst Du es, weiterhin immer alle Abstands- und Hygieneregeln genau einzuhalten?“, Top 2 „sehr wichtig“ und „wichtig“, Gesamt N=603// „Und mal ehrlich: Wie streng hältst Du Dich aktuell an die Abstands- und Hygieneregeln von 1 sehr streng bis 10 sehr locker?“, Top 3 „sehr wichtig“ bis „wichtig“, Gesamt N=603, 18-29 Jährige n=131, 50-69 Jährige n=136

Das Leben kehrt in die Städte zurück

Aktivitäten außer Haus nehmen wieder zu

WallDecaux
Premium Out of Home

35% der Jüngeren waren in der City und in Stores unterwegs

66%

…. Freunde und Verwandte getroffen.

Zusätzlicher INSIGHT:
57% ziehen derzeit Veranstaltungen draußen vor

27%

… in der Stadt und durch Geschäfte gebummelt

16%

… mit den Kindern auf dem Spielplatz gewesen

„Seit der Lockerung habe/ bin ich schon …“

37%

… im Restaurant oder Café gesessen.

16%

… Reisen in eine andere Stadt unternommen

34%

… Friseur, Kosmetik besucht.

55%

… mich im Grünen aufgehalten.

27%

… draußen Sport getrieben

Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Durch die Lockerung der Beschränkungen sind nun viele Dinge wieder möglich. Was hast Du seit Aufhebung der Beschränkungen bereits getan bzw. welche Angebote hast Du genutzt?. Mehrfachnennung möglich.“, Gesamt N=603, 18-29 Jährige n=131// „In geschlossenen Räumen können die Abstands- und Hygieneregeln nicht so leicht eingehalten werden wie draußen. Wirst Du Aktivitäten / Veranstaltungen draußen eher wieder in Betracht ziehen als welche in geschlossenen Räumen?“, Gesamt N=603

WallDecaux
Premium Out of Home

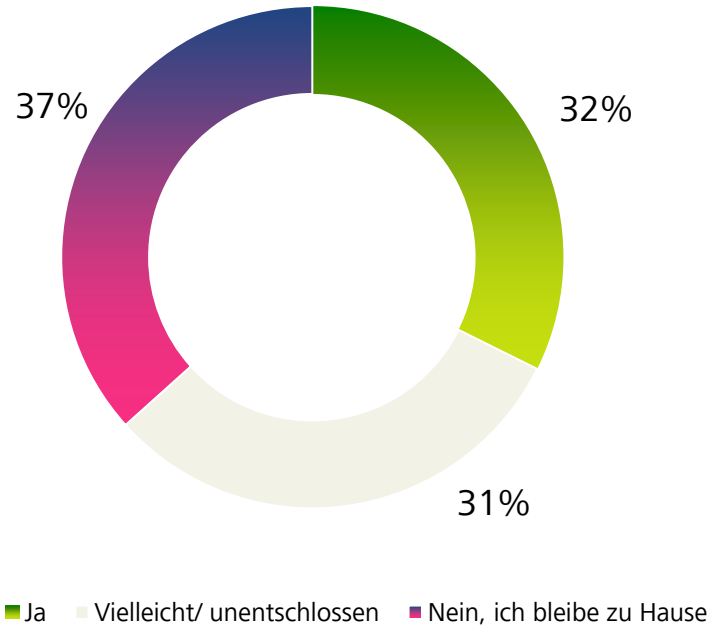
Sommer in der Stadt

Sommerurlaub 2020

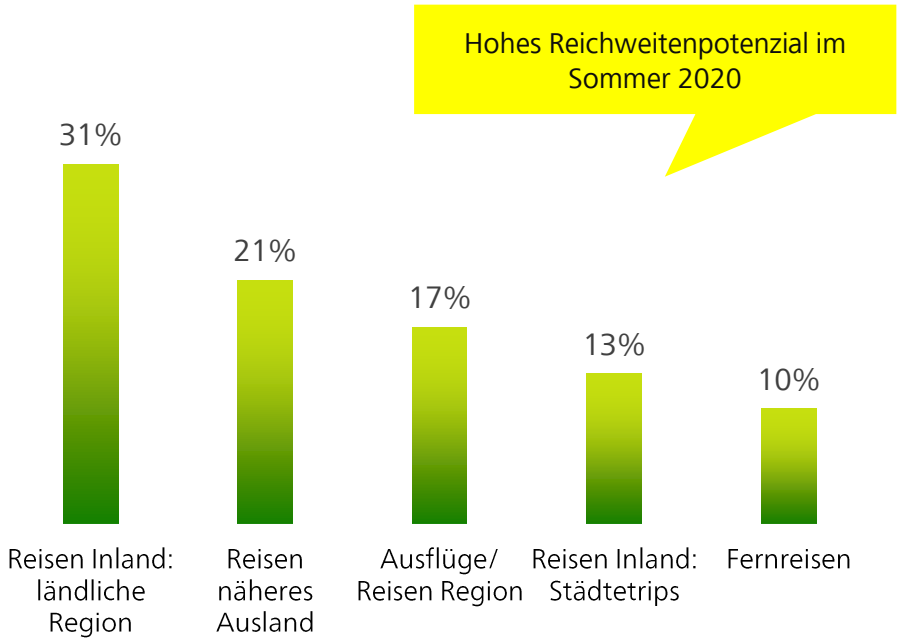
WallDecaux
Premium Out of Home

Reisefieber steigt – Mehrheit plant im näheren Umfeld

Sommerurlaub wird geplant



Deutschlandreisen sind im Trend



Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Wie sehen Deine Urlaubspläne für den Rest des Jahres aus? Planst Du in Deinem Jahresurlaub wegzufahren?“, Gesamt N=603// „Und welche Pläne hast Du für Deinen Jahresurlaub?“, Antwortkategorien „Zumindest unentschlossen, im Jahresurlaub wegzufahren“, nicht „Nein“, n=382
,*„Weiß nicht/ unentschlossen“ 9%

WallDecaux
Premium Out of Home

Konsumklima mit neuem Schwung

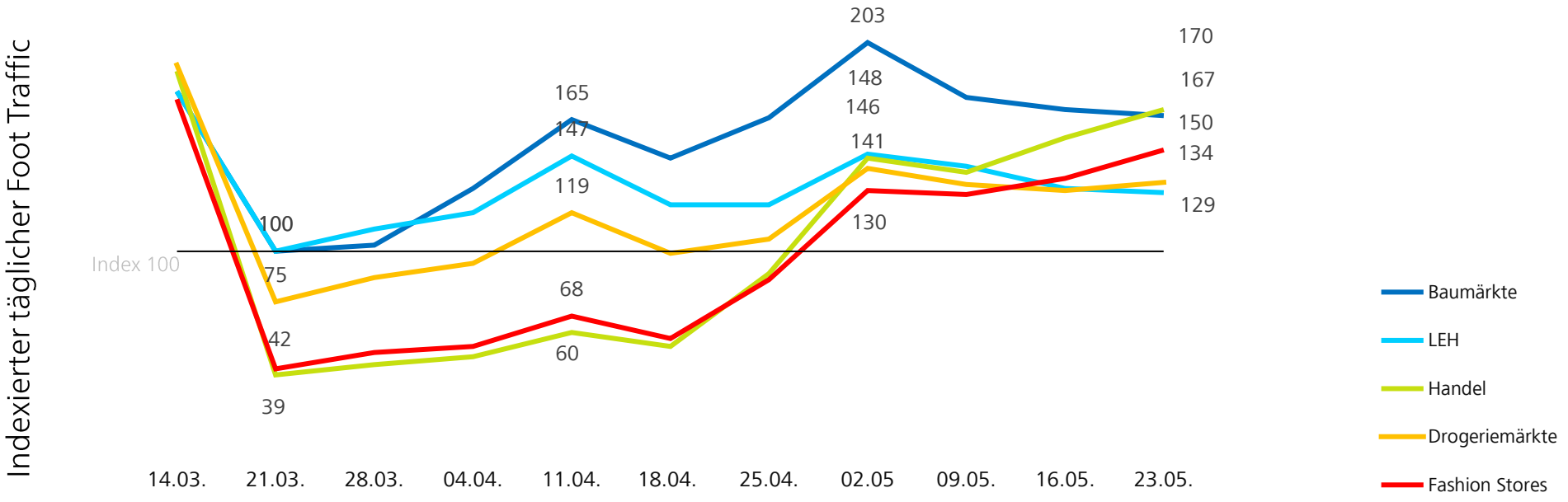
Das Konsumklima verbessert sich

Handel und Fashion Stores mit steigenden Besucherzahlen

WallDecaux
Premium Out of Home

Foot Traffic ausgewählter Branchen*

(Vgl. Samstage 14.03. – 23.05.2020 mit durchschnittlichen Besuchen ab 30.12.2019)

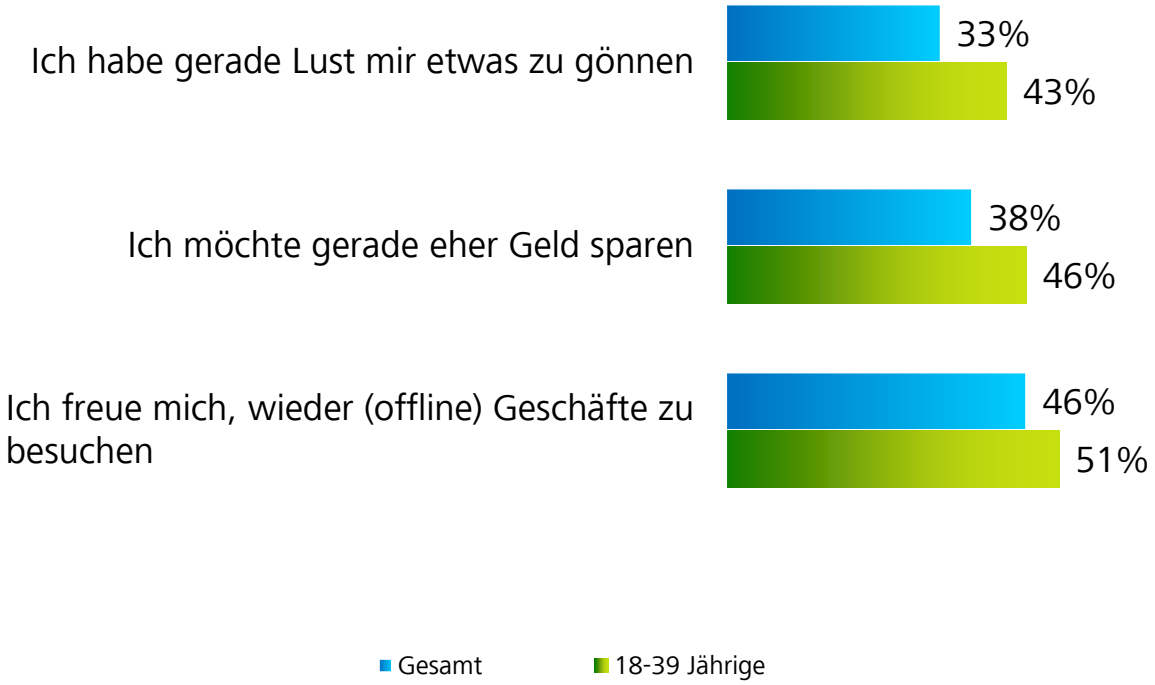


*Quelle: GroundTruth, indexierter Fußgängerverkehr, um die relative Zunahme oder Abnahme der Besuche an verschiedenen Orten ausgewählter Branchen-POS aufzuzeigen. Die Tagesdiagramme zeigen den Fußgängerverkehr indexiert im Vergleich zu den durchschnittlichen täglichen Besuchen ab dem 30. Dezember 2019. Stand: 12.06.2020

Kauflaune kehrt zurück

Die Lust auf Offline-Shopping steigt wieder

WallDecaux
Premium Out of Home



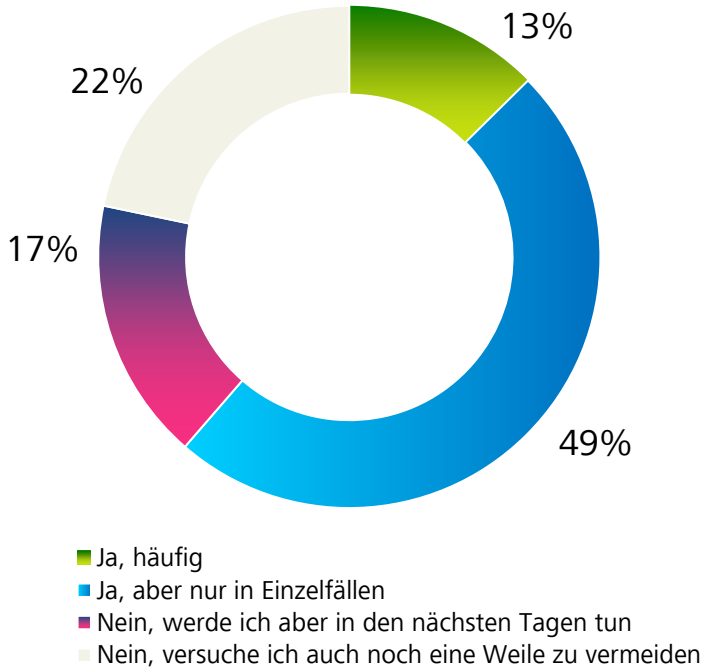
Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Und wie sieht es aktuell mit Deiner Kauflaune aus? Inwiefern stimmst Du folgenden Aussagen zu? Bitte wähle zwischen 1=stimme voll und ganz bis 5=stimme überhaupt nicht zu aus.?“, Top 2 „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme zu“, Gesamt N=603, 18-29 Jährige n=131, 30-39 Jährige n=109

Offline-Shoppen in Geschäften nimmt wieder zu

Das Einkaufsgefühl leidet noch

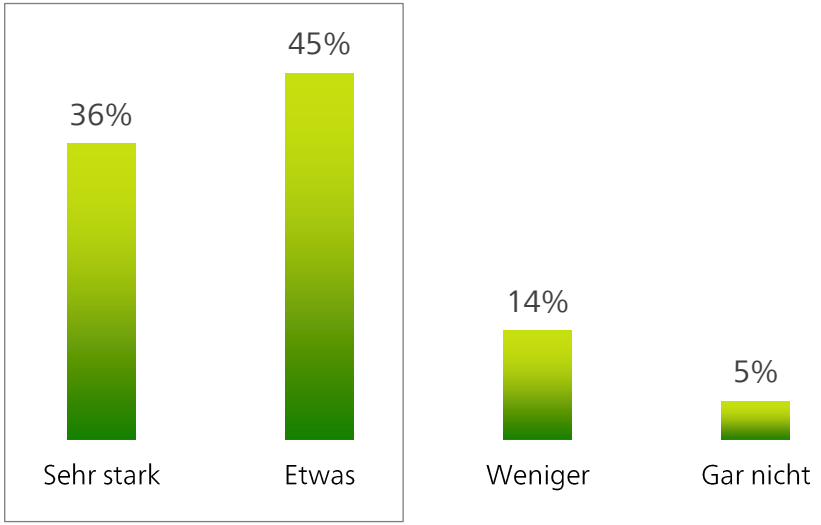
WallDecaux
Premium Out of Home

Besuch von Geschäften



Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020 „Hast Du schon wieder in Geschäften eingekauft, die während des Lockdown geschlossen waren?“, Gesamt N=603

Wie sehr stören die Corona-Regeln beim Einkaufen



Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020: „In den Geschäften müssen ja gerade viele Regeln beachtet werden (Maske, Abstand, Kundenzahl im Laden etc.). Wie sehr beeinträchtigt das Dein Einkaufsgefühl?“, n=370

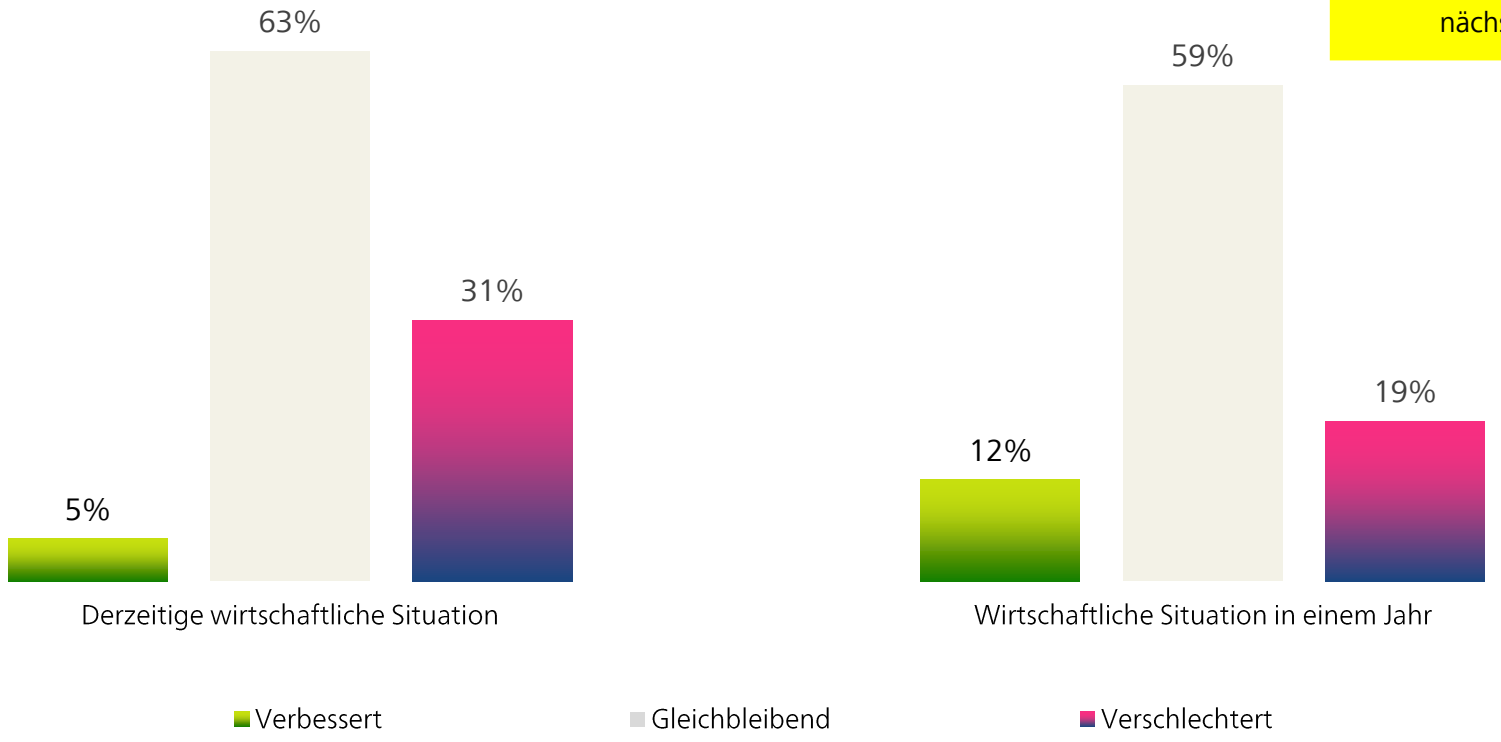
Wirtschaftliche Situation mehrheitlich stabil

Optimismus für das nächste Jahr

WallDecaux
Premium Out of Home

Optimistische Einschätzung der wirtschaftlichen Situation im nächsten Jahr

71% glauben an eine gleichbleibende oder sogar verbesserte Situation im nächsten Jahr.



Quelle: Umfrage WallDecaux Mai 2020 „Wie hat sich Deine wirtschaftliche Situation durch die Coronakrise verändert?“, Gesamt N=635// „Und was denkst Du, wie wird Deine wirtschaftliche Situation ca. 1 Jahr nach der Coronakrise aussehen?“, Gesamt N=635

Anschaffungen,
die noch in diesem Jahr geplant werden

WallDecaux
Premium Out of Home

83%	Kleidung/ Schuhe
43%	Accessoires (z.B. Schmuck, Sonnenbrillen)
41%	Möbel
34%	Unterhaltungselektronik (z.B. TV, Lautsprecher, Spielkonsolen)
34%	Luxuskosmetik/ Parfüm
32%	Smartphone/ Tablet
30%	Laptop/ Notebook/ Computer/ Bildschirm
27%	Große elektronische Geräte für den Haushalt (z.B. Waschmaschine)
22%	Auto

Quelle: Umfrage WallDecaux Juni 2020, „Welche Anschaffungen hast Du für die nächste Zeit geplant?“,
Top 2 „In den nächsten 3 Monaten“ und „Noch in diesem Jahr“, 18-49 Jährige n=363

Der derzeitig erhöhte e-Commerce wird sich langfristig teilweise wieder relativieren

WallDecaux
Premium Out of Home

Großstädter, die aktuell verstärkt im Internet einkaufen:
Werden Sie auch zukünftig häufiger online einkaufen als vor der Corona-Krise?

Haben die Menschen die Wahl, bevorzugt weiterhin **mehr als die Hälfte** den Offline-Kauf

Online

24% kaufen auch zukünftig häufiger online

Offline

55% shoppen lieber wieder offline

Quelle: Umfrage WallDecaux Mai 2020 „Und wirst Du zukünftig dabei bleiben, also häufiger online einkaufen als vor der Corona-Krise?“, Großstadt n = 71
* 21% wissen es nicht

OOH aktiviert Großstädter

zu Offline- und Online-Aktivitäten

WallDecaux
Premium Out of Home

44% … der Großstädter fallen Plakate und digitale Screens besonders in **Wartesituationen** auf.

31% … der Großstädter stimmen zu, dass Plakate und digitale Screens Impulse sein können, um im **Smartphone** nach Produkten zu suchen.

24% … der Großstädter stimmen zu, dass Plakate und digitale Screens Impulse sein können, um in **Geschäften** nach Produkten zu suchen.

Quelle: Umfrage WallDecaux Mai 2020 „Welchen Statements stimmst Du zum Thema Außenwerbung zu?“, Mehrfachnennung, Großstädter N=144, 18-29 Jährige N=131

WallDecaux
Premium Out of Home

Eine wichtige Zeit für Markenkommunikation

Marken wieder ins Bewusstsein bringen

Mit optimistischen Botschaften

WallDecaux
Premium Out of Home

„Wir registrieren, dass sich in der Einstellung der Menschen gerade eine positive Trendwende einleitet, alle sehnen sich nach positiven Nachrichten.

Es ist nun an den werbungtreibenden Unternehmen, mit optimistischen Botschaften wichtige Impulse zu setzen, um das Gefühl einer Rückkehr zur Normalität zu stärken."

Martina Vollbehr, Geschäftsführerin Pilot

Quelle: Martina Vollbehr zu den Ergebnissen der Pilot Studienreihe „Pilot Radar"

Mit Out of Home Vertrauen schaffen

und eine gute Ausgangsposition für das restliche Jahr sichern

WallDecaux
Premium Out of Home

OOH ist eine vertrauenswürdige Informationsquelle

36% finden OOH-Werbung **sympathisch**

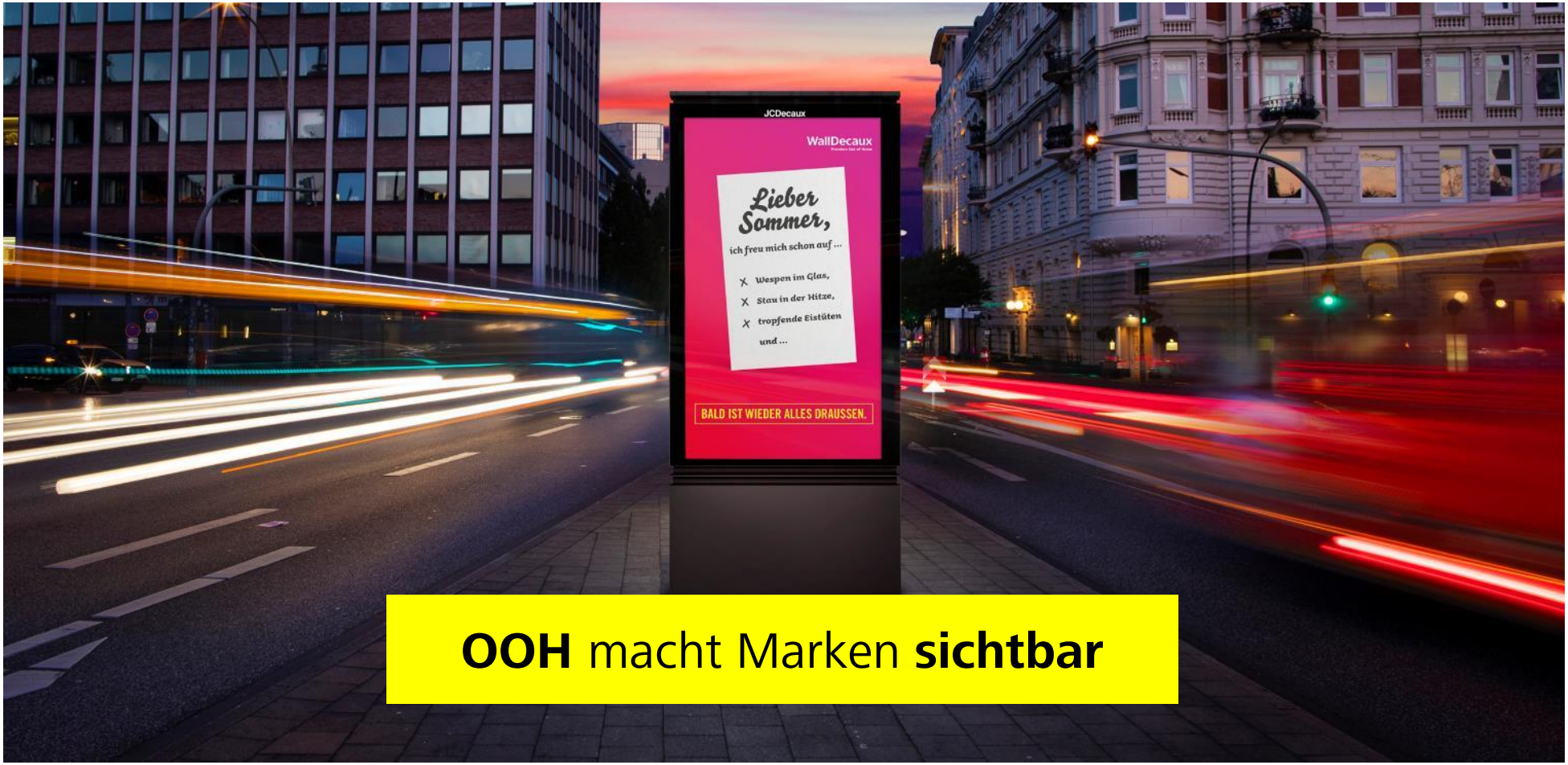
33% finden OOH-Werbung **glaubwürdig**

Quelle: Statista Online-Befragung Juli 2019 „Wie sympathisch sind Ihnen die verschiedenen Werbekanäle?“ (zum Vergleich: TV: 28%, Internet: 23%) und „Für wie glaubwürdig bzw. vertrauenswürdig halten Sie Werbung in den verschiedenen Werbekanälen?“ (TV: 35%, Internet: 22%); Skala 1 bis 5 (Top 2), , N=1.000

Marken mit OOH ins Blickfeld rücken

Wir haben die richtigen Angebote dafür…

WallDecaux
Premium Out of Home



WIR SEHEN UNS DRAUSSEN.

WallDecaux Premium Out of Home

Unternehmenszentrale
Friedrichstraße 118 10117 Berlin

T +49 30 33899-0
info@walldecaux.de
walldecaux.de

WallDecaux
Premium Out of Home