

# MOBILITÄTS-AKTIVITÄTS-INDEX

MAX 2023

Mobilitäts  
Aktivitäts  
Index

**MAX**



Run your way.



Wall



**WallDecaux**  
Premium Out of Home

# WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

## ZIEL DER GRUNDLAGENSTUDIE

Untersuchung der Aktivierungsleistung von OOH –  
in Richtung Mobile.

## METHODE

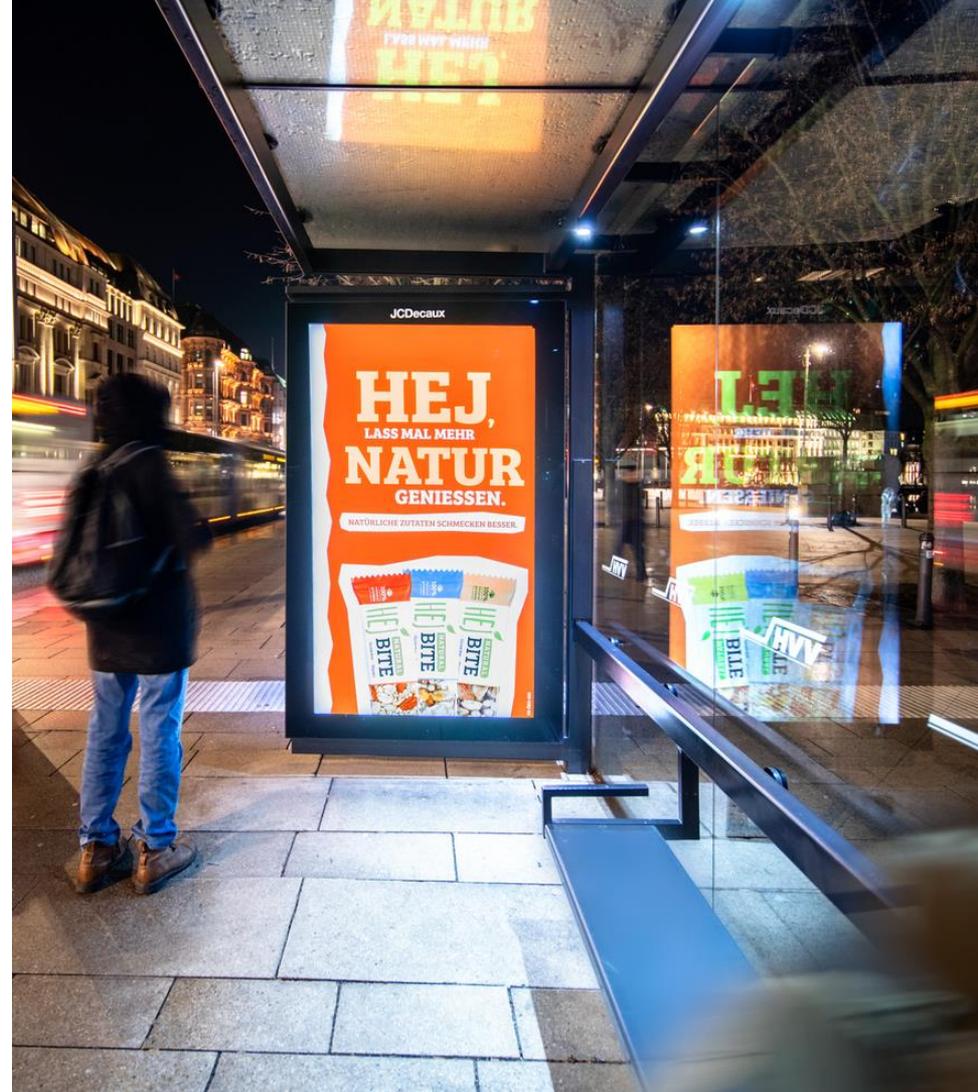
Repräsentative, nationale Online- & Mobile-Befragung in  
einem externen Access Panel in Städten ab 100 TEW.  
Es werden Vergleiche zu 2016 und 2018 herangezogen.

## ZIELGRUPPE & FALLZAHLEN

E 16-69 Jahre, grundsätzlich mobil (mind. 3 Tage außer Haus  
unterwegs).

2016: n=1.010

2022: n=1.020



56% stehen unterwegs in ständigem Austausch mit Freunden/ Familie

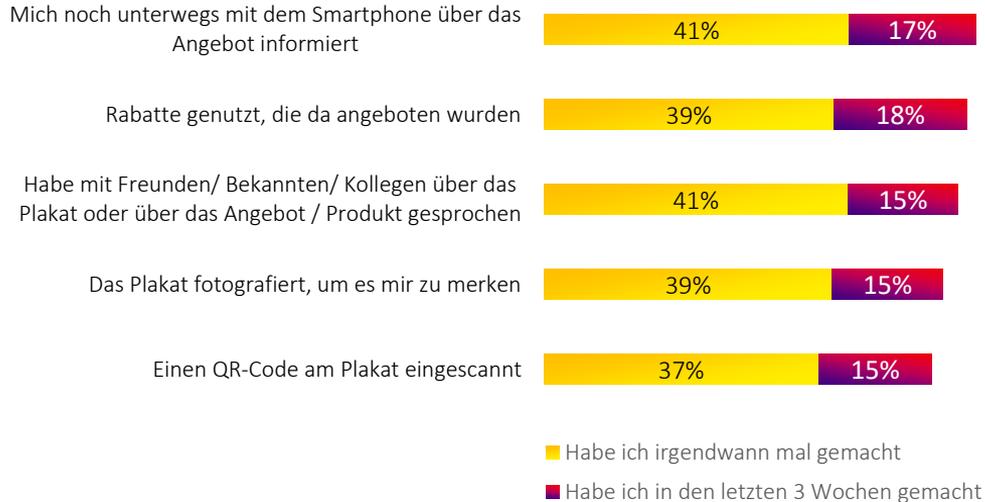


## OOH als Brücke zur digitalen Welt

- Online und auch OOH sind alltägliche Begleiter. Die verstärkende Wechselwirkung der Medien können Werbetreibende effizient nutzen.
- Mehr als jeder Zweite (58%) ruft ortunabhängig zu jeder Zeit Informationen auf dem Smartphone ab
- Ca. jeder Dritte (31%) gibt an, mit dem Smartphone unterwegs direkt auf Anregungen zu reagieren, die aufgeschnappt wurden
- Die Aktivierungsimpulse durch OOH gehen nicht nur in Richtung Informationssuche – Zielgruppen werden schon unterwegs zu Influencern, da sie in ständigem Austausch mit ihren Freunden/ ihren Familien stehen. Sie teilen & kreieren unterwegs Inhalte.

# OOH aktiviert Smartphone-Nutzung

Was hast Du schon einmal [bewusst] gemacht, als Du unterwegs ein Plakat gesehen hast?



Frage: „Was hast Du schon einmal gemacht, als Du unterwegs ein Plakat gesehen hast?“, Gesamt: n=1020



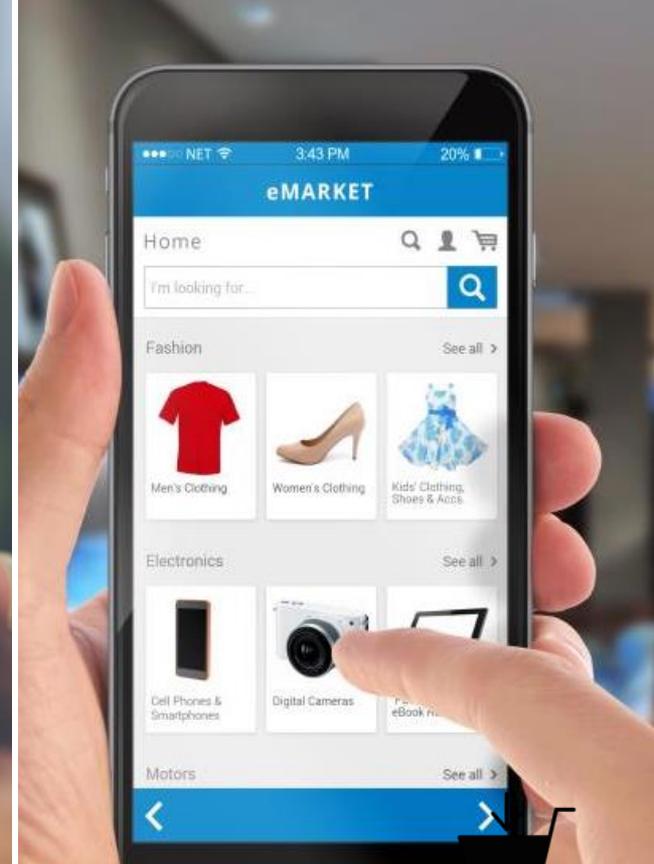
58% haben sich schon mal unterwegs über ein Angebot informiert, das sie OOH gesehen haben



Onlinenutzung unterwegs



Social Media Nutzung



M-Commerce



### 3 Säulen des WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

# ONLINENUTZUNG UNTERWEGS

acáo

Der erfrischende  
Bio-Wachmacher.

acáo  
The Refreshing Drink

acáo  
The Refreshing Drink

acáo  
The Refreshing Drink

REARILLER  
MILCHLOS  
100% BIO

FLAMINGO  
100% BIO

PARROT  
100% BIO

VEGAN

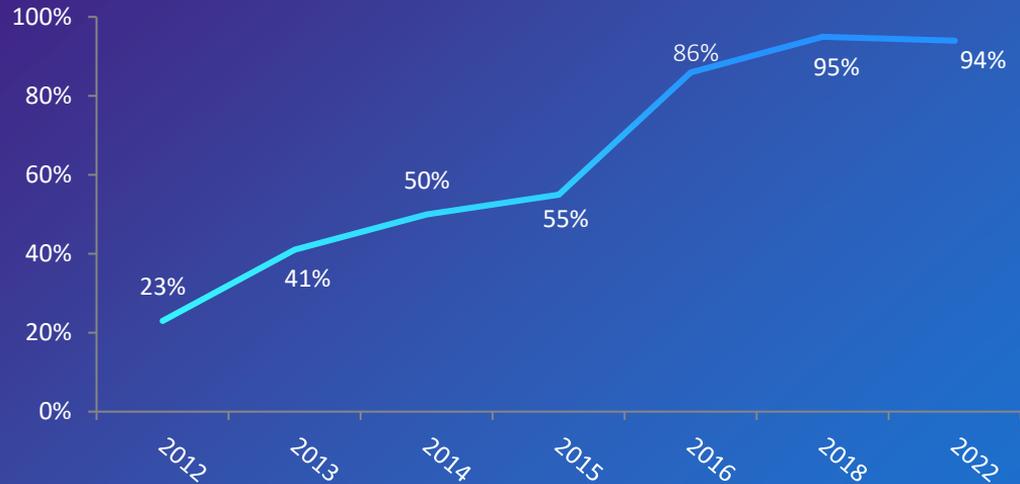
BIO

www.acao.de

Wall

# Unterwegs Onlinenutzung stabil

- 94% nutzen das Internet unterwegs zumindest selten
- Unterwegsnutzung des Internets stagniert, da nahezu jeder an die Internetnutzung unterwegs gewöhnt ist
- anzunehmen ist, dass sich die Wahrnehmung der Menschen dazu verändert hat. Anstatt unterwegs „online zu gehen“ sind sie einfach permanent online ohne es bewusst zu registrieren → es gehört zum Alltag dazu.



%-Anteil an der Gesamtbevölkerung, die das Internet unterwegs nutzen

Quellen: ARD/ ZDF-Onlinestudien 2012-2015, Basis: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2015: n=1.432) (es sind die zumindest seltenen Nutzer abgebildet) // Ab 2016: WallDecaux MAX-Befragung, alle Befragte, 2016: n=1.010 // 2018: n=1.044 // 2022: n=1.020



# Unterwegs-Aktivitäten mit dem Smartphone

Befragte nutzen das mobile Internet, um...

- 77% ... Messenger zu nutzen.
- 64% ... den Weg zu finden/ zu navigieren.
- 62% ... aktuelle Infos abzurufen.
- 53% ... Social Media Plattformen zu besuchen.
- 53% ... E-Mails zu schreiben.
- 32% ... Web-Radio zu hören / Musik mobil zu streamen.

Frage: Wofür nutzt Du das mobile Internet unterwegs?\*

Basis: Nur Befragte, die mit einem Smartphone oder Tablet mind. seltener unterwegs im Internet sind, n=959

WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

# SOCIAL MEDIA UNTERWEGS

acáo

Der erfrischende  
Bio-Wachmacher.

acáo  
The Bio-Reviver

acáo  
The Bio-Reviver

acáo  
The Bio-Reviver

100% NATÜRLICHE  
WACHMACHER

100% NATÜRLICHE  
WACHMACHER

100% NATÜRLICHE  
WACHMACHER

VEGAN

BIO

www.acao.de

Wall

# Social Media Nutzung unterwegs

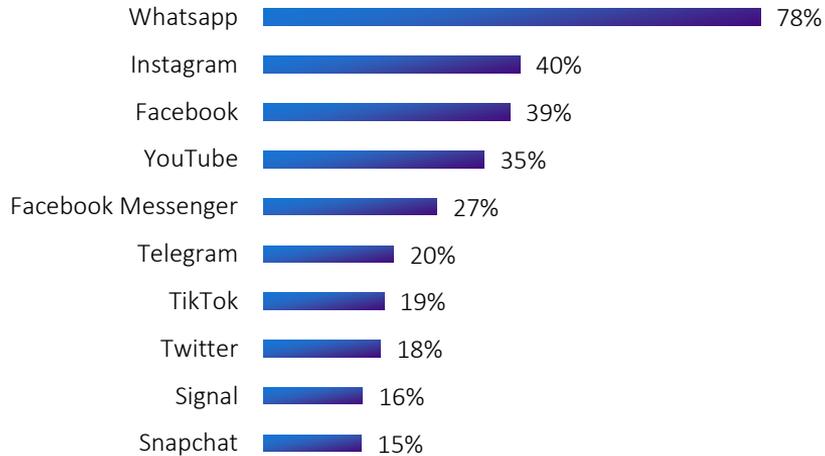
- 84% nutzen Social Media generell unterwegs. Das sind +9% Prozentpunkte mehr als 2016.
- Als besonders beliebt erweisen sich dabei einmal mehr WhatsApp und YouTube, die jeweils mehr als sieben von zehn Onlinern ab 16 Jahren auf dem Schirm haben.

Quellen: Faktenkontor; IMWF; Toluna, n=2.500 pro Jahr ab 2016 (Menschen, dieangaben grundsätzlich auf Social Media Plattformen unterwegs zu sein) // Ab 2016: WallDecaux MAX-Befragung, Smartphone-/ Tablet-Nutzer, 2016: n=916 // 2018: n=998 // 2022: n=957

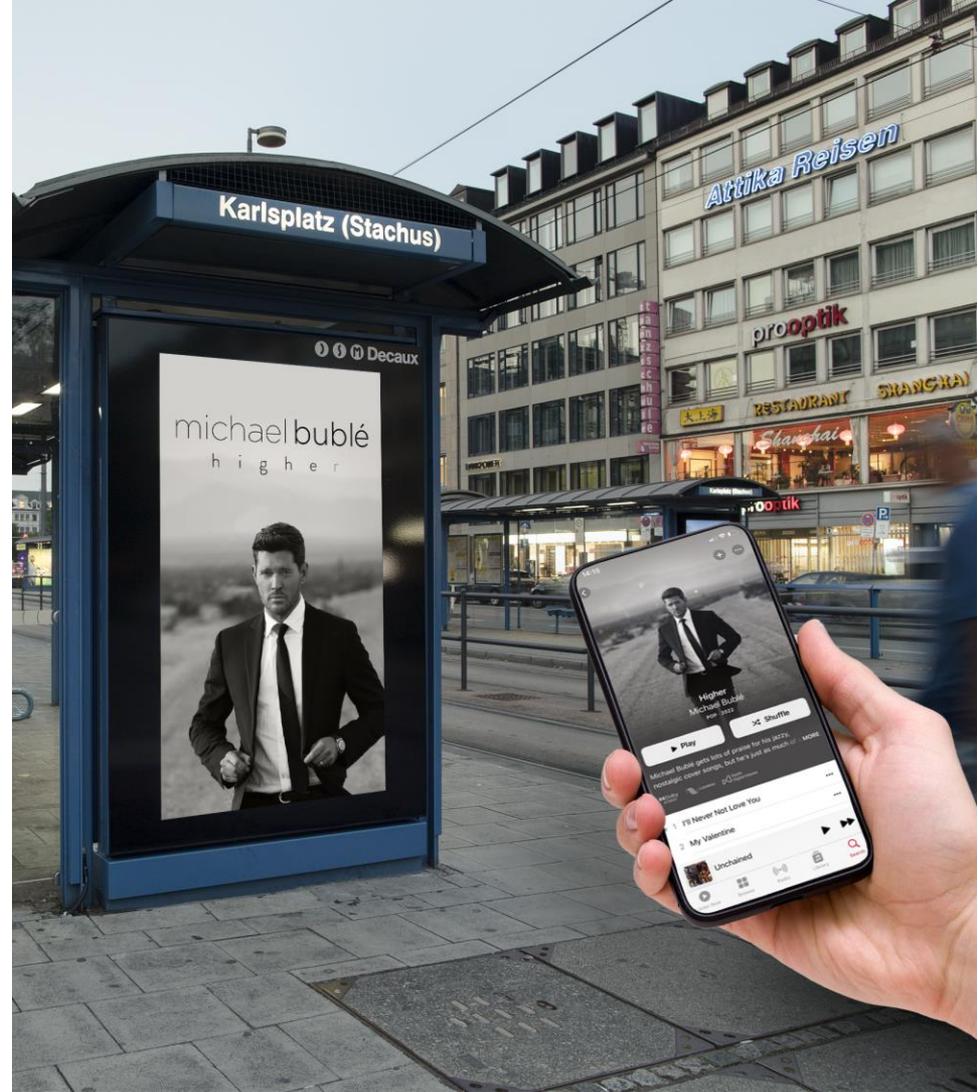


# WhatsApp an der Spitze

Welche Social Media Plattformen und Apps nutzt du unterwegs?



Frage: „Welche Social Media Plattformen und Apps nutzt du unterwegs?“, Gesamt: n=1020





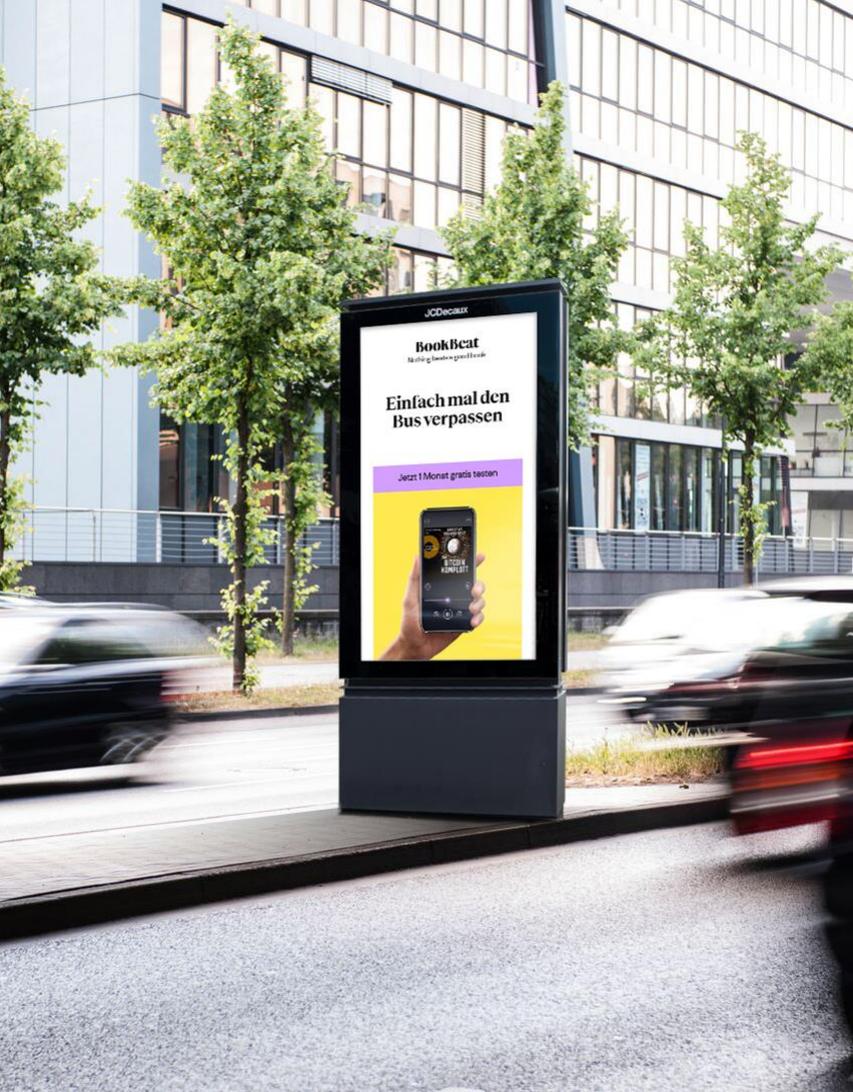
# Ständige Kommunikation auch unterwegs

56% ... stehen durch ihr Smartphone ständig mit ihren Freunden & ihrer Familie in Kontakt.

35% ... fühlen sich mit ihren mobilen Devices auch unterwegs nie alleine.

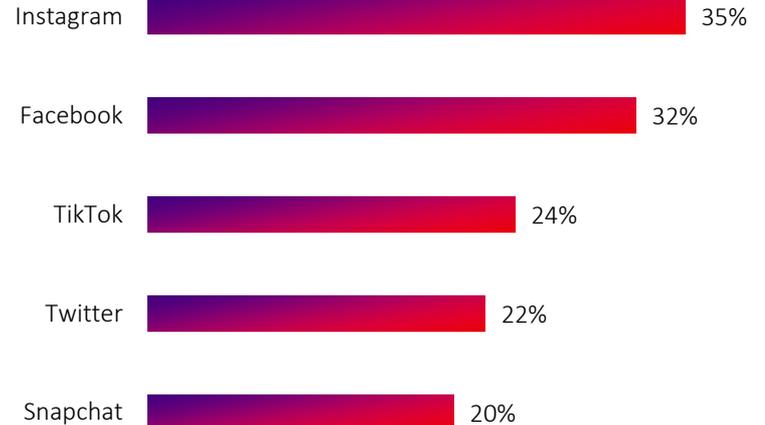
35% ... teilen ihre Erfahrungen und Erlebnisse, die sie unterwegs sammeln, viel mehr mit ihren Freunden & Familie.

25% ... brauchen ihre Mobile Devices unterwegs, um Content mit ihren Freunden zu teilen.



# Plakatmotive auf Social Media

Wie häufig hast du schon mal einen Post auf einer der folgenden Social Media Plattformen gesehen, auf dem ein Plakatmotiv zu sehen war? (Top 2 Werte)

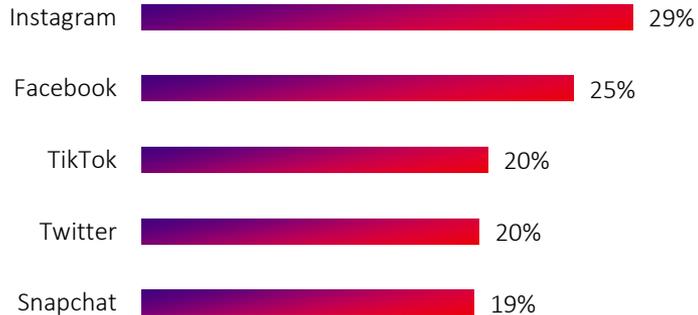


Frage: „Wie häufig hast du schon mal einen Post auf einer der folgenden Social Media Plattformen gesehen, auf dem ein Plakatmotiv zu sehen war?“, Gesamt: n=1020 / Skala: Sehr häufig, Häufig, Selten, Nie

# Ca 1/3 veröffentlicht Plakatmotive auf Instagram

Wie wahrscheinlich ist es, dass du einen Social Media Post mit einem Plakatmotiv veröffentlichst?  
(Top2 Werte)

(Sehr) wahrscheinlich auf:



Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass du einen Social Media Post mit einem Plakatmotiv veröffentlichst?“, Gesamt: n=1020 / Skala: Sehr wahrscheinlich, Eher wahrscheinlich, Eher unwahrscheinlich, Sehr unwahrscheinlich



WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

# M-COMMERCE UNTERWEGS

acáo

Der erfrischende  
Bio-Wachmacher.

acáo  
The Bio-Wachmacher

acáo  
The Bio-Wachmacher

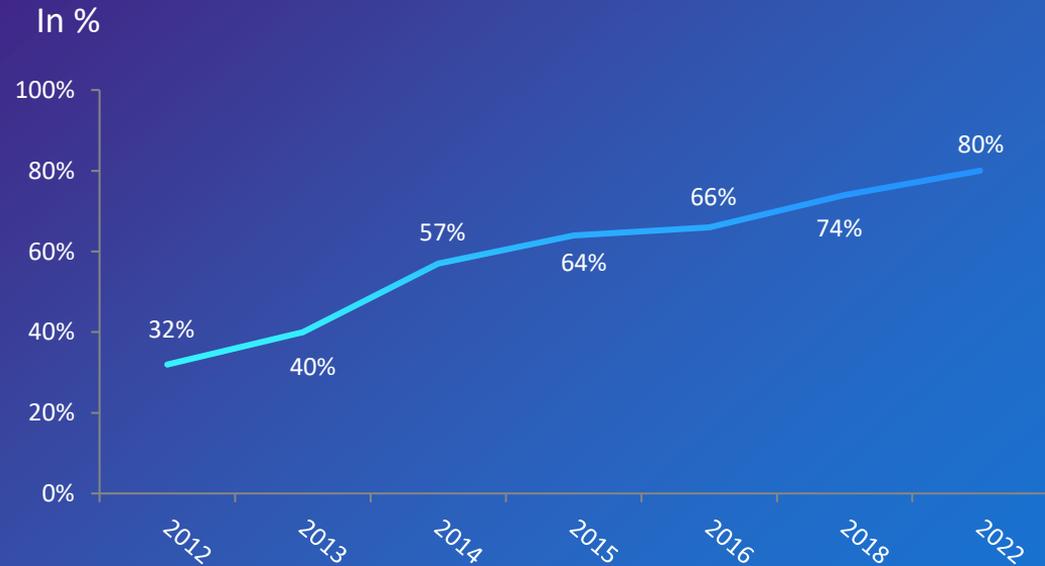
acáo  
The Bio-Wachmacher

www.acao.de

Wall

# Unterwegs einkaufen

- 80% der Befragten geben an, dass sie unterwegs ihr Smartphone mind. selten nutzen, um auch unterwegs online einzukaufen.
- Kaufimpulse von draußen werden also häufig direkt umgesetzt.



Quellen: bevh; Boniversum; Deutschland; 2012 bis 2015 (jeweils Frühjahr); 18-69 Jahre; n=1.043 (2015); Smartphone- & Tablet-Nutzer  
Ab 2016: WallDecaux MAX-Befragung, Smartphone/ Tablet-Nutzer, 2016: n=916 // 2018: n=998 // 2022: n=957

# Verändertes Einkaufen

34%

... tragen ihre Einkaufsliste in das Smartphone ein.

33%

... betreiben oft erst intensive Onlinerecherche und kaufen anschließend im Geschäft.

27%

... erhalten gern Infos auf ihr Smartphone, wenn sie für sich in dem Augenblick interessant und hilfreich sind.

26%

... kaufen viele Dinge online, auch von unterwegs aus.

Frage: „Und auch die Art, wie wir einkaufen, hat das mobile Internet verändert. Welchen Aussagen stimmst Du zu?“, Gesamt: n=1020



WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

# SUMMARY

acáo

Der erfrischende  
Bio-Wachmacher.

acáo  
The Refreshing Drink

acáo  
The Refreshing Drink

acáo  
The Refreshing Drink

100% NATÜRLICH  
SÜSSIGKEIT  
OHNE ZUSÄTZLICHE  
ZUTATEN

100% NATÜRLICH  
SÜSSIGKEIT  
OHNE ZUSÄTZLICHE  
ZUTATEN

100% NATÜRLICH  
SÜSSIGKEIT  
OHNE ZUSÄTZLICHE  
ZUTATEN

Vegan Bio

www.acao.de

Wall



## +13% Steigerung der Unterwegsaktivitäten

Mobilitäts  
Aktivitäts  
Index

# MAX

(D)OOH und Mobile sind alltägliche Begleiter. Seit 2016 konnten die Unterwegsaktivitäten um +13% zunehmen (**MAX Gesamtindex 113**). Besonders der Bereich M-Commerce konnte signifikant wachsen. (+21%, Index 121 der Komponente). **Zusammensetzung des MAX:**

94%  
nutzen das  
Internet  
unterwegs

Index

**109**

84%  
nutzen Social  
Media  
unterwegs

Index

**112**

80%  
kaufen unterwegs  
Produkte über ihre  
Mobile Devices

Index

**121**



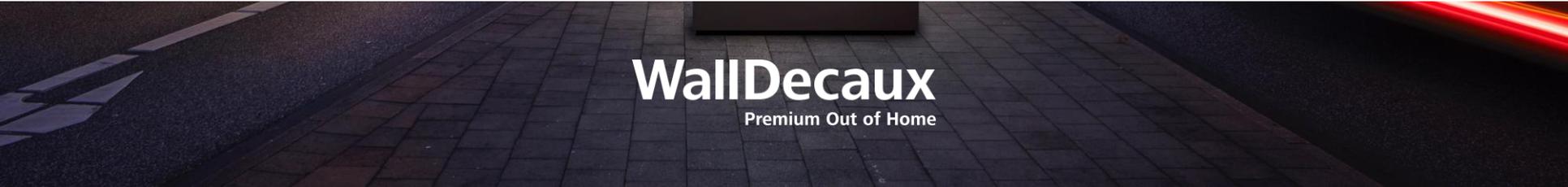
# WIR SEHEN UNS DRAUSSEN

WallDecaux Premium Out of Home

Wall GmbH  
Unternehmenszentrale  
Friedrichstraße 118  
10117 Berlin

T +49 30 33899-0  
[info@walldecaux.de](mailto:info@walldecaux.de)  
[walldecaux.de](http://walldecaux.de)

Nur zu Belegzwecken und für den internen Gebrauch. Keine Veröffentlichung und Weitergabe an Dritte gestattet.



**WallDecaux**  
Premium Out of Home

WallDecaux Mobilitäts-Aktivitäts-Index

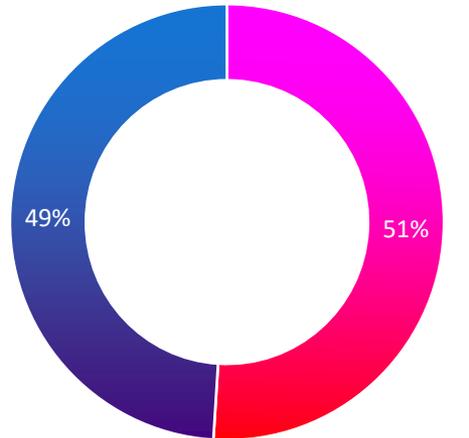
BACKUP



# Demografie der Befragten

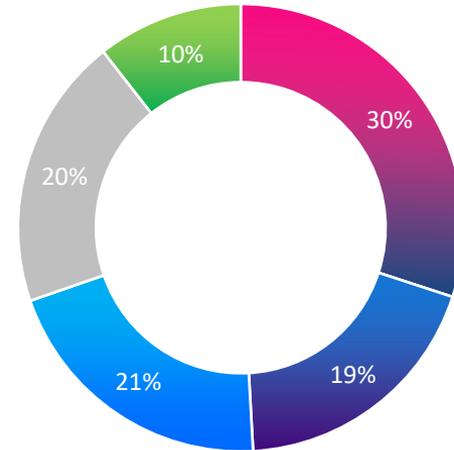
Ausgesteuert nach Alter & Geschlecht (n=1.020)

## Geschlecht



■ Männlich  
■ Weiblich

## Alter



■ 16 - 29 Jahre  
■ 30 - 39 Jahre  
■ 40 - 49 Jahre  
■ 50 - 59 Jahre  
■ 60 - 69 Jahre