

D M I
PUBLIC & PRIVATE SCREENS
2019/20

Codeplan

Thema	Seite
1. Touchpoints	
Tätigkeiten/Wege außer Haus	3
Entfernung zum Arbeitsplatz/Ausbildungsplatz/zur Schule	3
Genutzte Verkehrsmittel zum Arbeitsplatz/Ausbildungsplatz/zur Schule	3
Letzte Nutzung Touchpoints	
In der letzten Woche	3
In den letzten vier Wochen	3
In den letzten drei Monaten	4
In den letzten zwölf Monaten	4
WNK Touchpoints	4
Nutzung Touchpoints nach Wochentagen, Zeitschienen und Häufigkeit	
Flughäfen	5
Tank- und Raststellen auf der Autobahn	6
Tank- und Raststellen außerhalb der Autobahn	6
Bahnhöfe für Fern-/Regionalzüge	7
U-Bahnhöfe	8
Öffentliche Verkehrsmittel (ÖPNV)	9
Elektronikmärkte	9
Lebensmittelmärkte (LEH)	10
Getränkemärkte	10
Shopping Malls/Shopping Center	11
Sportgeschäfte	11
FastFood-Restaurants	12
Restaurants und Szenekneipen	13
Lotto-Annahmestellen/Kioske/Zeitschriftenläden	13
Taxi	14
Fitnessstudio	14
Kino	15
Universität/Hochschule	16
Videoboard	16
Wartezimmer beim Arzt	17
Apotheke	17
Drogeriemarkt	18
Hotel	18
Parkhaus	19
Freizeit-/Erlebnisbad/Therme	20
Bürogebäude	20
Telefon-/Mobilfunkshop	21
Messen	21

Thema	Seite
2. Mediennutzung	23
Nutzungshäufigkeit nach Anzahl Tage pro Woche für TV, Radio, Internet, TZ, PZ, Bücher/E-Books	23
TV	
Nutzung nach Wochentagen und Zeitschienen	23
Internet (geräteunabhängig)	
Genutzte Devices	25
Mobiles Internet	
Anzahl Tage mit Nutzung Mobiles Internet	25
Nutzung nach Wochentagen und Zeitschienen	25
Nutzung nach Orten und Häufigkeit	26
Anwendung im mobilen Internet nach Nutzungshäufigkeit	26
Anzahl genutzter Apps	27
Aktivierte Funktionen auf Smartphone	28
Push-Nachrichten	28
Vertrauen in DSGVO	28
3. Themeninteressen	29
4. Raucher	29
5. Demographie	30
6. Rangreihen	
Werbeträgerkontakte	32
Werbemittelkontakte	34
7. Anhang	
Werbeträgerinformationen	37
Untersuchungssteckbrief	41

	%
Basis: Gesamt (ungew.)	16.877
Hochrechnung in Mio.	70,60

Tätigkeiten/Wege außer Haus

An wie vielen Tagen einer normalen Woche gehen Sie außer Haus, unabhängig davon, aus welchem Grund Sie weggehen, ob zur Arbeit, zum Einkaufen, Freunde besuchen oder aus sonstigen Anlässen.

keine	0,0
1 Tag	1,2
2 Tage	3,4
3 Tage	6,3
4 Tage	7,5
5 Tage	17,9
6 Tage	27,4
7 Tage	36,3

Entfernung zum Arbeitsplatz/Ausbildungsplatz/Schule

bis unter 5 km	18,0
5 km bis unter 10 km	12,6
10 km bis unter 20 km	16,5
20 km bis unter 50 km	16,0
50 km bis unter 100 km	4,1
nicht berufstätig/ in Ausbildung	32,7
durchschnittliche Entfernung in km	16,1

Genutzte Verkehrsmittel zum Arbeitsplatz/Ausbildungsplatz/zur Schule

Auto/ Motorrad	37,3
Öffentliche Verkehrsmittel	16,0
zu Fuß/ Fahrrad	12,4
anders	1,6
nicht berufstätig/ in Ausbildung	32,7

Letzte Nutzung Touchpoints

Zuletzt da gewesen/genutzt: Letzte Woche

Flughäfen	5,4
Tank- und Raststätten auf der Autobahn	19,7
andere Tankstellen außerhalb von Autobahnen	47,4
Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	26,3
U-Bahnhöfen	12,1
mit öffentlichem Verkehrsmittel gefahren	32,5
Elektronikmärkte wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	11,5
Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	85,2
Getränkemärkte	35,5
Shopping Malls/Shopping Centern bzw. große Einkaufszentren	25,5
Sportgeschäfte	10,1

	%
FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King	22,4
andere Restaurants und Szenekneipen	26,7
Lotto-Annahmestellen/Zeitschriftenläden/Kioske	31,3
Taxi gefahren	6,3
Fitnessstudio	14,0
Kino	7,3
Universität/Hochschule	2,7
Wartezimmer beim Arzt	24,0
Apotheke	28,1
Drogeriemarkt	43,2
Hotel	7,0
Parkhaus	21,5
größeres Freizeit- oder Erlebnisbad, Therme	7,2
größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen	13,4
Telefon-/Mobilfunkshop	7,0
Messe	3,6

Zuletzt da gewesen/genutzt: In den letzten 4 Wochen

Flughäfen	9,9
Tank- und Raststätten auf der Autobahn	32,1
andere Tankstellen außerhalb von Autobahnen	67,8
Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	43,9
U-Bahnhöfen	19,6
mit öffentlichem Verkehrsmittel gefahren	43,9
Elektronikmärkte wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	25,9
Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	92,4
Getränkemärkte	50,8
Shopping Malls/Shopping Centern bzw. großen Einkaufszentren	45,3
Sportgeschäfte	19,9
FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King	39,3
andere Restaurants und Szenekneipen	51,4
Lotto-Annahmestellen/Zeitschriftenläden/Kioske	44,3
Taxi gefahren	12,9
Fitnessstudio	18,4
Kino	17,8
Universität/Hochschule	3,5
Wartezimmer beim Arzt	48,9
Apotheke	54,4
Drogeriemarkt	70,2
Hotel	15,6
Parkhaus	38,1
größeres Freizeit- oder Erlebnisbad, Therme	15,3
größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen	21,7
Telefon-/Mobilfunkshop	13,4
Messe	6,3

	%
Zuletzt da gewesen/genutzt: In den letzten 3 Monaten	
Flughäfen	19,2
Tank- und Raststätten auf der Autobahn	44,4
andere Tankstellen außerhalb von Autobahnen	75,6
Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	61,5
U-Bahnhöfen	27,4
mit öffentlichem Verkehrsmittel gefahren	53,4
Elektronikmärkte wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	46,8
Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	95,1
Getränkemärkte	60,4
Shopping Malls/Shopping Centern bzw. große Einkaufszentren	62,8
Sportgeschäfte	33,2
FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King	53,4
andere Restaurants und Szenekneipen	68,7
Lotto-Annahmestellen/Zeitschriftenläden/Kioske	53,3
Taxi gefahren	22,1
Fitnessstudio	21,8
Kino	33,2
Universität/Hochschule	3,8
Wartezimmer beim Arzt	72,3
Apotheke	76,0
Drogeriemarkt	83,4
Hotel	31,2
Parkhaus	55,1
größeres Freizeit- oder Erlebnisbad, Therme	26,3
größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen	31,3
Telefon-/Mobilfunkshop	22,7
Messe	11,4
Zuletzt da gewesen/genutzt: In den letzten 12 Monaten	
Flughäfen	41,7
Tank- und Raststätten auf der Autobahn	63,5
andere Tankstellen außerhalb von Autobahnen	81,2
Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	84,7
U-Bahnhöfen	40,9
mit öffentlichem Verkehrsmittel gefahren	67,3
Elektronikmärkte wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	73,0
Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	97,7
Getränkemärkte	69,1
Shopping Malls/Shopping Centern bzw. große Einkaufszentren	79,9
Sportgeschäfte	50,6
FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King	67,0

	%
andere Restaurants und Szenekneipen	83,1
Lotto-Annahmestellen/Zeitschriftenläden/Kioske	63,4
Taxi gefahren	38,1
Fitnessstudio	27,2
Kino	53,2
Universität/Hochschule	4,1
Wartezimmer beim Arzt	90,4
Apotheke	89,7
Drogeriemarkt	91,4
Hotel	55,0
Parkhaus	69,1
größeres Freizeit- oder Erlebnisbad, Therme	46,1
größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen	45,8
Telefon-/Mobilfunkshop	42,8
Messe	29,7
WNK Touchpoints*	
Flughäfen	41,7
Tank- und Raststätten auf der Autobahn	44,4
andere Tankstellen außerhalb von Autobahnen	75,6
Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	61,5
U-Bahnhöfen	27,4
mit öffentlichem Verkehrsmittel gefahren	53,4
Elektronikmärkte wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	46,8
Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	95,1
Getränkemärkte	60,4
Shopping Malls/Shopping Centern bzw. große Einkaufszentren	62,8
Sportgeschäfte	33,2
FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King	53,4
andere Restaurants und Szenekneipen	68,7
Lotto-Annahmestellen/Zeitschriftenläden/Kioske	53,3
Taxi gefahren	22,1
Fitnessstudio	21,8
Kino	33,2
Universität/Hochschule	3,8
Wartezimmer beim Arzt	72,3
Apotheke	76,0
Drogeriemarkt	83,4
Hotel	55,0
Parkhaus	55,1
größeres Freizeit- oder Erlebnisbad, Therme	26,3
größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen	31,3
Telefon-/Mobilfunkshop	22,7
Messe	29,7
Videoboards	54,0

*WNK: In den letzten 3 Monaten genutzt / Flughäfen – In den letzten 12 Monaten genutzt

	%
Basis: WNK Flughäfen	8.272
Hochrechnung in Mio.	29.45

Nutzung Flughäfen in den letzten 12 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*

zwischen 6 und 7 Uhr	39,3
zwischen 7 und 8 Uhr	18,7
zwischen 8 und 9 Uhr	21,4
zwischen 9 und 10 Uhr	22,2
zwischen 10 und 11 Uhr	22,2
zwischen 11 und 12 Uhr	19,7
zwischen 12 und 13 Uhr	17,5
zwischen 13 und 14 Uhr	20,0
zwischen 14 und 15 Uhr	17,3
zwischen 15 und 16 Uhr	17,8
zwischen 16 und 17 Uhr	15,9
zwischen 17 und 18 Uhr	16,0
zwischen 18 und 19 Uhr	16,8
zwischen 19 und 20 Uhr	14,6
zwischen 20 und 21 Uhr	15,4
zwischen 21 und 22 Uhr	17,7
zwischen 22 und 23 Uhr	15,1
zwischen 23 und 24 Uhr	13,1
zwischen 0 und 1 Uhr	11,2
zwischen 1 und 2 Uhr	10,2
zwischen 2 und 3 Uhr	11,7
zwischen 3 und 4 Uhr	11,8
zwischen 4 und 5 Uhr	10,7
zwischen 5 und 6 Uhr	11,4

Nutzungshäufigkeit

Montag - Sonntag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	3,2
2-3 mal in der Woche	2,3
einmal in der Woche	6,2
2-3 mal im Monat	5,1
einmal im Monat	4,8
seltener	78,5

	%
Nutzungsfrequenz	

Montag - Sonntag*

1 = sehr häufig (1. Quartil)	23,9
2 = häufig (2. Quartil)	19,2
3 = gelegentlich (3. Quartil)	28,5
4 = selten (4. Quartil)	28,4
selten (4. Quartil)	7,9

Flughafen besucht in den letzten 12 Monaten

Flughafen Berlin Tegel	14,6
Flughafen Berlin Schönefeld	11,7
Bremen	4,4
Dortmund	3,8
Dresden	11,7
Düsseldorf	17,4
Frankfurt	24,9
Hamburg	11,3
Hannover	5,5
Köln/Bonn	9,8
Leipzig	4,9
München	14,9
Münster/Osnabrück	2,0
Nürnberg	4,7
Stuttgart	8,9

Bildschirme bemerkt an Flughäfen

ja	14,6
nein	11,7

Berufliche/ private Nutzung

geschäftlich	15,0
privat	85,0

Zuletzt an Flughäfen gewesen

Montag	9,7
Dienstag	10,6
Mittwoch	11,1
Donnerstag	13,1
Freitag	14,4
Samstag	18,4
Sonntag	9,2
weiß nicht mehr	13,5

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Basis: WNK Tank- und Raststellen auf der Autobahn	8.071
Hochrechnung in Mio.	31,33

Nutzung Tank- und Raststellen auf der Autobahn in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*

zwischen 6 und 7 Uhr	26,5
zwischen 7 und 8 Uhr	22,3
zwischen 8 und 9 Uhr	21,5
zwischen 9 und 10 Uhr	21,6
zwischen 10 und 11 Uhr	21,1
zwischen 11 und 12 Uhr	21,0
zwischen 12 und 13 Uhr	20,4
zwischen 13 und 14 Uhr	19,5
zwischen 14 und 15 Uhr	18,5
zwischen 15 und 16 Uhr	19,0
zwischen 16 und 17 Uhr	18,6
zwischen 17 und 18 Uhr	19,1
zwischen 18 und 19 Uhr	13,3
zwischen 19 und 20 Uhr	11,6
zwischen 20 und 21 Uhr	11,8
zwischen 21 und 22 Uhr	9,5
zwischen 22 und 23 Uhr	8,8
zwischen 23 und 24 Uhr	8,4
zwischen 0 und 1 Uhr	7,6
zwischen 1 und 2 Uhr	6,8
zwischen 2 und 3 Uhr	6,7
zwischen 3 und 4 Uhr	6,5
zwischen 4 und 5 Uhr	5,2
zwischen 5 und 6 Uhr	4,8

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,1
2-3 mal in der Woche	0,2
einmal in der Woche	1,4
2-3 mal im Monat	6,6
einmal im Monat	14,5
seltener	62,5
nie	14,8

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*

sehr häufig (1. Quartil)	22,7
häufig (2. Quartil)	13,3

	%
gelegentlich (3. Quartil)	37,1
selten (4. Quartil)	27,0

Tank- und Raststelle besucht

Tank & Raststellen der Tank & Rast GmbH	85,1
---	------

Bildschirme bemerkt an Tank- und Raststellen

ja	63,0
nein	37,0

Berufliche/ private Nutzung

geschäftlich	16,0
privat	84,0

Zuletzt auf einer Tank- und Raststelle auf der Autobahn gewesen

Montag	6,4
Dienstag	7,3
Mittwoch	9,0
Donnerstag	11,2
Freitag	14,1
Samstag	23,9
Sonntag	13,7
weiß nicht mehr	14,4

Tank- und Raststelle besucht

Tank & Raststellen der Tank & Rast GmbH	99,9
---	------

Basis: WNK Tankstellen außerhalb von Autobahnen	12.721
Hochrechnung in Mio.	53,36

Nutzung Tank- und Raststellen außerhalb der Autobahn in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*

zwischen 6 und 7 Uhr	8,9
zwischen 7 und 8 Uhr	6,2
zwischen 8 und 9 Uhr	7,5
zwischen 9 und 10 Uhr	10,1
zwischen 10 und 11 Uhr	11,0
zwischen 11 und 12 Uhr	9,6
zwischen 12 und 13 Uhr	10,7
zwischen 13 und 14 Uhr	9,5
zwischen 14 und 15 Uhr	11,7
zwischen 15 und 16 Uhr	13,0
zwischen 16 und 17 Uhr	14,5
zwischen 17 und 18 Uhr	14,5
zwischen 18 und 19 Uhr	12,5
zwischen 19 und 20 Uhr	9,6

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
zwischen 20 und 21 Uhr	6,7
zwischen 21 und 22 Uhr	4,7
zwischen 22 und 23 Uhr	3,1
zwischen 23 und 24 Uhr	1,9
zwischen 0 und 1 Uhr	1,7
zwischen 1 und 2 Uhr	1,3
zwischen 2 und 3 Uhr	1,1
zwischen 3 und 4 Uhr	1,2
zwischen 4 und 5 Uhr	0,9
zwischen 5 und 6 Uhr	1,3

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,5
2-3 mal in der Woche	0,4
einmal in der Woche	2,2
2-3 mal im Monat	6,9
einmal im Monat	21,7
seltener	62,0
nie	6,3

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*

sehr häufig (1. Quartil)	12,3
häufig (2. Quartil)	26,4
gelegentlich (3. Quartil)	21,2
selten (4. Quartil)	40,1

Tankstelle besucht in den letzten 3 Monaten

Agip	8,2
Aral	36,4
Avia	5,1
ENI	1,1
Esso	16,6
Freie Tankstelle	26,0
JET	19,1
OMV	4,5
Raiffeisen	2,7
Shell	22,2
Star	9,2
Tamoil (HEM)	4,9
Team	1,0
Total (ELAN)	8,8

Bildschirme bemerkt an Tankstellen

ja	60,2
nein	39,8

	%
Basis: WNK Bahnhöfe für Fern-/Regionalzüge	10.350
Hochrechnung in Mio.	40,05

Nutzung Bahnhöfe für Fern-/Regionalzüge in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*

zwischen 6 und 7 Uhr	34,2
zwischen 7 und 8 Uhr	26,4
zwischen 8 und 9 Uhr	27,2
zwischen 9 und 10 Uhr	29,7
zwischen 10 und 11 Uhr	30,9
zwischen 11 und 12 Uhr	27,2
zwischen 12 und 13 Uhr	22,7
zwischen 13 und 14 Uhr	25,5
zwischen 14 und 15 Uhr	27,7
zwischen 15 und 16 Uhr	26,0
zwischen 16 und 17 Uhr	26,3
zwischen 17 und 18 Uhr	24,5
zwischen 18 und 19 Uhr	27,4
zwischen 19 und 20 Uhr	18,6
zwischen 20 und 21 Uhr	15,7
zwischen 21 und 22 Uhr	15,6
zwischen 22 und 23 Uhr	13,9
zwischen 23 und 24 Uhr	14,8
zwischen 0 und 1 Uhr	10,8
zwischen 1 und 2 Uhr	6,4
zwischen 2 und 3 Uhr	7,0
zwischen 3 und 4 Uhr	5,9
zwischen 4 und 5 Uhr	7,9
zwischen 5 und 6 Uhr	5,4

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	1,4
2-3 mal in der Woche	3,8
einmal in der Woche	8,3
2-3 mal im Monat	9,4
einmal im Monat	13,6
seltener	54,5
nie	8,9

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Freitag	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	26,1
2 = häufig (2. Quartil)	27,9
3 = gelegentlich (3. Quartil)	19,1
4 = selten (4. Quartil)	26,9
Bildschirme bemerkt in Bahnhöfen für Fern- oder Regionalzüge/S-Bahnhöfen	
ja	75,3
nein	24,7

Basis: WNK U-Bahnhöfe **6.785**
Hochrechnung in Mio. **19,32**

Nutzung U-Bahnhöfe in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	43,4
zwischen 7 und 8 Uhr	36,8
zwischen 8 und 9 Uhr	38,6
zwischen 9 und 10 Uhr	38,5
zwischen 10 und 11 Uhr	38,5
zwischen 11 und 12 Uhr	33,6
zwischen 12 und 13 Uhr	34,9
zwischen 13 und 14 Uhr	33,5
zwischen 14 und 15 Uhr	37,3
zwischen 15 und 16 Uhr	37,6
zwischen 16 und 17 Uhr	36,8
zwischen 17 und 18 Uhr	40,9
zwischen 18 und 19 Uhr	38,8
zwischen 19 und 20 Uhr	35,2
zwischen 20 und 21 Uhr	27,1
zwischen 21 und 22 Uhr	28,9
zwischen 22 und 23 Uhr	24,1
zwischen 23 und 24 Uhr	21,2
zwischen 0 und 1 Uhr	16,8
zwischen 1 und 2 Uhr	10,8
zwischen 2 und 3 Uhr	13,0
zwischen 3 und 4 Uhr	12,8
zwischen 4 und 5 Uhr	11,7
zwischen 5 und 6 Uhr	14,7

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	4,0
2-3 mal in der Woche	7,2
einmal in der Woche	14,5
2-3 mal im Monat	12,3
einmal im Monat	17,7
seltener	36,6
nie	7,7

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	21,6
2 = häufig (2. Quartil)	21,0
3 = gelegentlich (3. Quartil)	25,8
4 = selten (4. Quartil)	31,6

U-Bahnhöfe besucht in den letzten 3 Monaten

Augsburg	6,2
Berlin	22,1
Bielefeld	3,5
Bochum	4,8
Bonn	5,9
Bremen	3,9
Dortmund	7,1
Düsseldorf	10,5
Dresden	3,5
Essen	6,5
Frankfurt am Main	13,2
Gelsenkirchen	2,9
Halle	2,1
Hamburg	14,3
Hannover	5,3
Köln	11,3
Leipzig	3,5
München	17,3
Nürnberg	6,9
Stuttgart	9,3

Bildschirme bemerkt an U-Bahnhöfen

ja	74,7
nein	25,3

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Basis: WNK ÖPNV	11.037
Hochrechnung in Mio.	37,69

Nutzung Öffentliche Verkehrsmittel (ÖPNV) in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*

zwischen 6 und 7 Uhr	47,4
zwischen 7 und 8 Uhr	43,6
zwischen 8 und 9 Uhr	41,8
zwischen 9 und 10 Uhr	45,5
zwischen 10 und 11 Uhr	44,3
zwischen 11 und 12 Uhr	37,9
zwischen 12 und 13 Uhr	42,6
zwischen 13 und 14 Uhr	42,9
zwischen 14 und 15 Uhr	44,1
zwischen 15 und 16 Uhr	44,1
zwischen 16 und 17 Uhr	43,0
zwischen 17 und 18 Uhr	42,8
zwischen 18 und 19 Uhr	40,9
zwischen 19 und 20 Uhr	34,5
zwischen 20 und 21 Uhr	32,1
zwischen 21 und 22 Uhr	27,0
zwischen 22 und 23 Uhr	26,1
zwischen 23 und 24 Uhr	23,1
zwischen 0 und 1 Uhr	18,2
zwischen 1 und 2 Uhr	13,6
zwischen 2 und 3 Uhr	8,1
zwischen 3 und 4 Uhr	8,4
zwischen 4 und 5 Uhr	12,9
zwischen 5 und 6 Uhr	18,2

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	4,9
2-3 mal in der Woche	9,5
einmal in der Woche	20,2
2-3 mal im Monat	11,1
einmal im Monat	17,6
seltener	31,8
nie	4,9

Nutzungsfrequenz

Montag - Freitag

1 = sehr häufig (1. Quartil)	23,7
2 = häufig (2. Quartil)	24,8

	%
3 = gelegentlich (3. Quartil)	26,1
4 = selten (4. Quartil)	25,3

In den letzten 3 Monaten mit öffentlichen Verkehrsmitteln gefahren in ...

Berlin	7,2
München	3,8
Dresden	1,1
Leipzig	1,2
Düsseldorf	2,5
Hannover	1,5
Nördlichen Ruhrgebiet	1,3
Nürnberg, Fürth Erlangen, Ansbach, Ulm/Neu-Ulm	2,1
MC R&D-Gebiet	13,3
BusSpot-Gebiet	16,4

Bildschirme bemerkt in öffentlichen Verkehrsmitteln

ja	66,5
nein	33,5

Basis: WNK Elektronikmärkte

8.462

Hochrechnung in Mio.

33,03

Nutzung Elektronikmärkte in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*

zwischen 9 und 10 Uhr	23,9
zwischen 10 und 11 Uhr	17,3
zwischen 11 und 12 Uhr	21,6
zwischen 12 und 13 Uhr	19,4
zwischen 13 und 14 Uhr	20,8
zwischen 14 und 15 Uhr	27,3
zwischen 15 und 16 Uhr	28,3
zwischen 16 und 17 Uhr	27,8
zwischen 17 und 18 Uhr	23,4
zwischen 18 und 19 Uhr	16,2
zwischen 19 und 20 Uhr	13,5
zwischen 20 und 21 Uhr	4,6

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Samstag*

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,3
2-3 mal in der Woche	0,1
einmal in der Woche	1,8
2-3 mal im Monat	3,6
einmal im Monat	10,3
seltener	74,9
nie	9,0

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	18,3
2 = häufig (2. Quartil)	14,0
3 = gelegentlich (3. Quartil)	36,1
4 = selten (4. Quartil)	31,6
In den letzten 3 Monaten Elektronikmarkt besucht	
MediaMarkt	73,5
Saturn	50,1
MEDIMAX	11,7
Bildschirme bemerkt in Elektronikmärkten wie z.B. MediaMarkt, Saturn oder MEDIMAX	
ja	79,9
nein	20,1
Basis: WNK LEH	16.129
Hochrechnung in Mio.	67,17

Nutzung Lebensmittelmärkte/ Supermärkte in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

	%
Montag - Samstag*	
zwischen 7 und 8 Uhr	50,6
zwischen 8 und 9 Uhr	51,1
zwischen 9 und 10 Uhr	55,7
zwischen 10 und 11 Uhr	59,4
zwischen 11 und 12 Uhr	57,0
zwischen 12 und 13 Uhr	55,3
zwischen 13 und 14 Uhr	54,4
zwischen 14 und 15 Uhr	54,0
zwischen 15 und 16 Uhr	53,7
zwischen 16 und 17 Uhr	53,6
zwischen 17 und 18 Uhr	55,1
zwischen 18 und 19 Uhr	55,5
zwischen 19 und 20 Uhr	50,9
zwischen 20 und 21 Uhr	35,9
zwischen 21 und 22 Uhr	22,2
zwischen 22 und 23 Uhr	8,0
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,7
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	12,5
2-3 mal im Monat	44,1

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
einmal im Monat	29,8
seltener	11,1
nie	1,4
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	14,0
2 = häufig (2. Quartil)	16,7
3 = gelegentlich (3. Quartil)	29,3
4 = selten (4. Quartil)	40,0
Lebensmittelmärkte/ Supermärkte besucht in den letzten 3 Monaten	
Edeka	61,6
Kaufland	38,0
real	29,7
Rewe	58,9
Tengelmann	5,3
Bildschirme bemerkt in Lebensmittelmärkten wie z.B. Edeka, Rewe oder real	
ja	57,8
nein	42,2

Basis: WNK Getränkemärkte **10.336**
Hochrechnung in Mio. **42,63**

Nutzung Getränkemärkte in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

	%
Montag - Samstag*	
zwischen 7 und 8 Uhr	7,2
zwischen 8 und 9 Uhr	5,7
zwischen 9 und 10 Uhr	13,6
zwischen 10 und 11 Uhr	16,1
zwischen 11 und 12 Uhr	15,1
zwischen 12 und 13 Uhr	10,5
zwischen 13 und 14 Uhr	9,5
zwischen 14 und 15 Uhr	11,9
zwischen 15 und 16 Uhr	10,6
zwischen 16 und 17 Uhr	10,5
zwischen 17 und 18 Uhr	12,7
zwischen 18 und 19 Uhr	7,9
zwischen 19 und 20 Uhr	5,1
zwischen 20 und 21 Uhr	2,3
zwischen 21 und 22 Uhr	1,7

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,3
2-3 mal in der Woche	0,2
einmal in der Woche	2,3
2-3 mal im Monat	6,2
einmal im Monat	24,6
seltener	57,4
nie	8,9
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	10,5
2 = häufig (2. Quartil)	27,1
3 = gelegentlich (3. Quartil)	14,2
4 = selten (4. Quartil)	48,2
Bildschirme bemerkt in Getränkemärkten	
ja	40,1
nein	59,9
Basis: WNK Shopping Malls	12.053
Hochrechnung in Mio.	44,34

Nutzung Shopping Malls/ Shopping Center in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*	
zwischen 7 und 8 Uhr	24,2
zwischen 8 und 9 Uhr	12,7
zwischen 9 und 10 Uhr	21,7
zwischen 10 und 11 Uhr	33,4
zwischen 11 und 12 Uhr	33,7
zwischen 12 und 13 Uhr	30,2
zwischen 13 und 14 Uhr	31,1
zwischen 14 und 15 Uhr	31,8
zwischen 15 und 16 Uhr	30,7
zwischen 16 und 17 Uhr	25,9
zwischen 17 und 18 Uhr	23,4
zwischen 18 und 19 Uhr	21,5
zwischen 19 und 20 Uhr	14,5
zwischen 20 und 21 Uhr	8,4
zwischen 21 und 22 Uhr	6,5

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,3
2-3 mal in der Woche	0,3
einmal in der Woche	2,6
2-3 mal im Monat	6,0
einmal im Monat	15,3
seltener	65,7
nie	9,9
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	24,6
2 = häufig (2. Quartil)	16,5
3 = gelegentlich (3. Quartil)	30,4
4 = selten (4. Quartil)	28,6
Shopping Mall besucht in den letzten 3 Monaten	
Mall Channel	42,9
Bildschirme bemerkt in Shopping Malls/ Shopping Centern	
ja	70,5
nein	29,5

Basis: WNK Sportgeschäfte

6.161

Hochrechnung in Mio.

23,42

Nutzung Sportgeschäfte in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*	
zwischen 7 und 8 Uhr	9,9
zwischen 8 und 9 Uhr	3,9
zwischen 9 und 10 Uhr	7,5
zwischen 10 und 11 Uhr	11,6
zwischen 11 und 12 Uhr	14,0
zwischen 12 und 13 Uhr	12,0
zwischen 13 und 14 Uhr	12,0
zwischen 14 und 15 Uhr	16,0
zwischen 15 und 16 Uhr	12,8
zwischen 16 und 17 Uhr	10,0
zwischen 17 und 18 Uhr	10,1
zwischen 18 und 19 Uhr	6,8
zwischen 19 und 20 Uhr	4,9
zwischen 20 und 21 Uhr	2,7
zwischen 21 und 22 Uhr	2,1

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,3
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	2,9
2-3 mal im Monat	4,2
einmal im Monat	13,1
seltener	60,6
nie	18,3
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	23,1
2 = häufig (2. Quartil)	6,9
3 = gelegentlich (3. Quartil)	37,3
4 = selten (4. Quartil)	32,6
Bildschirme bemerkt in Sportgeschäften	
ja	57,3
nein	42,7

Basis: WNK FastFood-Restaurants **6.589**
Hochrechnung in Mio. **33,57**

Nutzung FastFood-Restaurants in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	21,4
zwischen 7 und 8 Uhr	5,4
zwischen 8 und 9 Uhr	9,2
zwischen 9 und 10 Uhr	9,4
zwischen 10 und 11 Uhr	10,7
zwischen 11 und 12 Uhr	21,6
zwischen 12 und 13 Uhr	32,6
zwischen 13 und 14 Uhr	29,1
zwischen 14 und 15 Uhr	22,8
zwischen 15 und 16 Uhr	22,7
zwischen 16 und 17 Uhr	22,5
zwischen 17 und 18 Uhr	31,6
zwischen 18 und 19 Uhr	33,9
zwischen 19 und 20 Uhr	25,9
zwischen 20 und 21 Uhr	19,2

	%
zwischen 21 und 22 Uhr	10,2
zwischen 22 und 23 Uhr	9,8
zwischen 23 und 24 Uhr	7,0
zwischen 0 und 1 Uhr	5,3
zwischen 1 und 2 Uhr	5,7
zwischen 2 und 3 Uhr	4,8
zwischen 3 und 4 Uhr	2,4
zwischen 4 und 5 Uhr	1,9
zwischen 5 und 6 Uhr	3,9

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,2
2-3 mal in der Woche	0,3
einmal in der Woche	1,9
2-3 mal im Monat	6,4
einmal im Monat	16,1
seltener	68,6
nie	6,4

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	25,0
2 = häufig (2. Quartil)	20,8
3 = gelegentlich (3. Quartil)	28,7
4 = selten (4. Quartil)	25,5

FastFood-Restaurant besucht in den letzten 3 Monaten

Burger King	36,8
KFC (Kentucky Fried Chicken)	12,2
Kochlöffel	3,0
McDonalds	66,5
Nordsee	13,2
Pizza Hut	6,3
Subway	14,4
andere Schnellrestaurants	8,0

Bildschirme bemerkt in FastFood-Restaurants wie z.B. McDonalds oder Burger King

ja	72,7
nein	27,3

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Basis: WNK Restaurants und Szenekneipen	11.931
Hochrechnung in Mio.	48,47

Nutzung Restaurants und Szenekneipen in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 11 und 12 Uhr	9,6
zwischen 12 und 13 Uhr	15,0
zwischen 13 und 14 Uhr	12,1
zwischen 14 und 15 Uhr	7,9
zwischen 15 und 16 Uhr	6,7
zwischen 16 und 17 Uhr	7,7
zwischen 17 und 18 Uhr	16,4
zwischen 18 und 19 Uhr	34,1
zwischen 19 und 20 Uhr	37,1
zwischen 20 und 21 Uhr	24,1
zwischen 21 und 22 Uhr	13,5
zwischen 22 und 23 Uhr	6,6
zwischen 23 und 24 Uhr	2,3
zwischen 0 und 1 Uhr	1,6
zwischen 1 und 2 Uhr	1,3

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,2
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	2,9
2-3 mal im Monat	6,1
einmal im Monat	17,8
seltener	67,5
nie	5,1

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	24,5
2 = häufig (2. Quartil)	9,1
3 = gelegentlich (3. Quartil)	17,1
4 = selten (4. Quartil)	49,3

Bildschirme bemerkt in Restaurants und Szenekneipen

ja	18,7
nein	81,3

	%
Basis: WNK Lotto-Annahmestelle/Kioske/Zeitschriftenläden	9.655
Hochrechnung in Mio.	37,66

Nutzung Lotto-Annahmestellen/Kioske/Zeitschriftenläden in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	36,7
zwischen 7 und 8 Uhr	22,5
zwischen 8 und 9 Uhr	30,9
zwischen 9 und 10 Uhr	34,2
zwischen 10 und 11 Uhr	41,3
zwischen 11 und 12 Uhr	35,5
zwischen 12 und 13 Uhr	34,0
zwischen 13 und 14 Uhr	31,7
zwischen 14 und 15 Uhr	32,0
zwischen 15 und 16 Uhr	33,3
zwischen 16 und 17 Uhr	32,3
zwischen 17 und 18 Uhr	31,8
zwischen 18 und 19 Uhr	27,4
zwischen 19 und 20 Uhr	10,2
zwischen 20 und 21 Uhr	7,1
zwischen 21 und 22 Uhr	4,9
zwischen 22 und 23 Uhr	5,0
zwischen 23 und 24 Uhr	2,8
zwischen 18 und 21 Uhr	11,6
zwischen 21 und 24 Uhr	3,5

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,2
2-3 mal in der Woche	0,3
einmal in der Woche	3,3
2-3 mal im Monat	9,4
einmal im Monat	32,2
seltener	46,7
nie	7,9

Nutzungsfrequenz

Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	14,4
2 = häufig (2. Quartil)	34,6
3 = gelegentlich (3. Quartil)	10,6
4 = selten (4. Quartil)	40,3

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Lotto-Annahmestellen/Kioske/Zeitschriftenläden in den letzten 3 Monaten besucht	
Presse&Buch am Bahnhof oder Flughafen	20,1
Lotto-Annahmestelle	42,5
Lotto-Annahmestelle in Hessen/ Rheinland-Pfalz/ Baden-Württemberg	9,8
Anderer Kiosk	47,8
Bildschirme bemerkt in Lotto-Annahmestellen/Kiosken/Zeitschriftenläden	
ja	60,5
nein	39,5

Basis: WNK Taxi **4.427**
Hochrechnung in Mio. **15,59**

Nutzung Taxi in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	30,8
zwischen 7 und 8 Uhr	19,3
zwischen 8 und 9 Uhr	19,5
zwischen 9 und 10 Uhr	16,8
zwischen 10 und 11 Uhr	19,2
zwischen 11 und 12 Uhr	18,2
zwischen 12 und 13 Uhr	14,3
zwischen 13 und 14 Uhr	14,2
zwischen 14 und 15 Uhr	10,4
zwischen 15 und 16 Uhr	14,2
zwischen 16 und 17 Uhr	10,2
zwischen 17 und 18 Uhr	12,9
zwischen 18 und 19 Uhr	10,0
zwischen 19 und 20 Uhr	9,8
zwischen 20 und 21 Uhr	11,7
zwischen 21 und 22 Uhr	18,3
zwischen 22 und 23 Uhr	17,8
zwischen 23 und 24 Uhr	17,6
zwischen 0 und 1 Uhr	15,4
zwischen 1 und 2 Uhr	15,6
zwischen 2 und 3 Uhr	9,2
zwischen 3 und 4 Uhr	13,1
zwischen 4 und 5 Uhr	9,9
zwischen 5 und 6 Uhr	6,0

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,4
einmal in der Woche	3,3
2-3 mal im Monat	5,9
einmal im Monat	15,2
seltener	60,4
nie	14,4

Nutzungsfrequenz

Montag - Freitag	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	23,3
2 = häufig (2. Quartil)	16,1
3 = gelegentlich (3. Quartil)	34,9
4 = selten (4. Quartil)	25,7

Bildschirme bemerkt in Taxis

ja	21,3
nein	78,7

Basis: WNK Fitnessstudio **4.410**
Hochrechnung in Mio. **15,42**

Besuch Fitnessstudio in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	47,0
zwischen 7 und 8 Uhr	38,1
zwischen 8 und 9 Uhr	44,3
zwischen 9 und 10 Uhr	48,0
zwischen 10 und 11 Uhr	47,3
zwischen 11 und 12 Uhr	45,1
zwischen 12 und 13 Uhr	44,6
zwischen 13 und 14 Uhr	43,0
zwischen 14 und 15 Uhr	42,8
zwischen 15 und 16 Uhr	41,8
zwischen 16 und 17 Uhr	43,3
zwischen 17 und 18 Uhr	47,0
zwischen 18 und 19 Uhr	48,7
zwischen 19 und 20 Uhr	42,3
zwischen 20 und 21 Uhr	42,0
zwischen 21 und 22 Uhr	26,4
zwischen 22 und 23 Uhr	18,4
zwischen 23 und 24 Uhr	13,0

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,5
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	10,7
2-3 mal im Monat	35,6
einmal im Monat	26,0
seltener	19,9
nie	6,8
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	12,1
2 = häufig (2. Quartil)	37,4
3 = gelegentlich (3. Quartil)	23,9
4 = selten (4. Quartil)	26,6
Fitnessstudio in den letzten 3 Monaten besucht	
Bodystreet	7,7
clever Fit	11,4
Easyfitness	4,8
Fitness First	9,1
INJOY	6,4
Kieser Training	4,2
McFit	22,5
Mrs.Sporty	3,4
Anderes Fitnessstudio	44,8
Bildschirme bemerkt in Fitnessstudios	
ja	58,5
nein	41,5
Basis: WNK Kino	6.782
Hochrechnung in Mio.	23,43

Besuch Kino in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen	
Montag - Sonntag*	
zwischen 10 und 11 Uhr	19,8
zwischen 11 und 12 Uhr	7,1
zwischen 12 und 13 Uhr	6,4
zwischen 13 und 14 Uhr	11,3
zwischen 14 und 15 Uhr	16,9
zwischen 15 und 16 Uhr	14,6

	%
zwischen 16 und 17 Uhr	15,2
zwischen 17 und 18 Uhr	11,3
zwischen 18 und 19 Uhr	17,6
zwischen 19 und 20 Uhr	25,1
zwischen 20 und 21 Uhr	45,0
zwischen 21 und 22 Uhr	24,0
zwischen 22 und 23 Uhr	16,4
zwischen 23 und 24 Uhr	11,2
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,1
einmal in der Woche	1,7
2-3 mal im Monat	2,6
einmal im Monat	9,0
seltener	75,9
nie	10,3
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	22,2
2 = häufig (2. Quartil)	0,0
3 = gelegentlich (3. Quartil)	45,4
4 = selten (4. Quartil)	32,4
Kinos in den letzten 3 Monaten besucht	
Cinemaxx	43,3
Cineplex	18,5
Cinestar	21,8
Kinopolis	9,4
Metropolis	4,4
UCI Kinowelt	13,3
UFA	5,5
United Cinemas	1,6
Bildschirme bemerkt in Kinos	
ja	76,6
nein	23,4

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Basis: WNK Universität/Hochschule	1.035
Hochrechnung in Mio.	2,70

Besuch Universität/Hochschule in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	50,3
zwischen 7 und 8 Uhr	57,9
zwischen 8 und 9 Uhr	70,2
zwischen 9 und 10 Uhr	72,9
zwischen 10 und 11 Uhr	72,9
zwischen 11 und 12 Uhr	71,5
zwischen 12 und 13 Uhr	70,5
zwischen 13 und 14 Uhr	69,2
zwischen 14 und 15 Uhr	68,0
zwischen 15 und 16 Uhr	66,4
zwischen 16 und 17 Uhr	63,4
zwischen 17 und 18 Uhr	58,0
zwischen 18 und 19 Uhr	48,8
zwischen 19 und 20 Uhr	43,4
zwischen 20 und 21 Uhr	28,6

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	1,3
2-3 mal in der Woche	1,9
einmal in der Woche	58,7
2-3 mal im Monat	18,1
einmal im Monat	6,5
seltener	11,0
nie	2,5

Nutzungsfrequenz

Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	6,8
2 = häufig (2. Quartil)	37,4
3 = gelegentlich (3. Quartil)	30,4
4 = selten (4. Quartil)	25,4

Bildschirme bemerkt in Universitäten/Hochschulen

ja	46,3
nein	53,7

	%
Basis: Gesamt (ungew.)	16.877
Hochrechnung in Mio.	70,60

Bekanntheit Videoboards

Sind Ihnen solche großen Bildschirme schon einmal aufgefallen?

Ja	61,6
Nein	15,3

Neue Basis: WNK Videoboard	11.232
Hochrechnung in Mio.	43,52

An Videoboard in einem Quartal vorbeigekommen

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	36,4
zwischen 7 und 8 Uhr	34,0
zwischen 8 und 9 Uhr	32,2
zwischen 9 und 10 Uhr	34,3
zwischen 10 und 11 Uhr	37,1
zwischen 11 und 12 Uhr	36,3
zwischen 12 und 13 Uhr	36,2
zwischen 13 und 14 Uhr	36,5
zwischen 14 und 15 Uhr	38,2
zwischen 15 und 16 Uhr	38,2
zwischen 16 und 17 Uhr	39,1
zwischen 17 und 18 Uhr	35,1
zwischen 18 und 19 Uhr	32,9
zwischen 19 und 20 Uhr	27,9
zwischen 20 und 21 Uhr	25,6
zwischen 21 und 22 Uhr	22,6
zwischen 22 und 23 Uhr	18,9
zwischen 23 und 24 Uhr	15,7
zwischen 0 und 1 Uhr	11,6
zwischen 1 und 2 Uhr	9,1
zwischen 2 und 3 Uhr	9,6
zwischen 3 und 4 Uhr	8,8
zwischen 4 und 5 Uhr	9,5
zwischen 5 und 6 Uhr	12,5

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	5,1
2-3 mal in der Woche	7,7
einmal in der Woche	11,8

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
2-3 mal im Monat	12,7
einmal im Monat	16,3
seltener	30,4
nie	16,0

Nutzungsfrequenz**Montag - Sonntag***

1 = sehr häufig (1. Quartil)	21,8
2 = häufig (2. Quartil)	19,4
3 = gelegentlich (3. Quartil)	23,8
4 = selten (4. Quartil)	22,5

Neue Basis: WNK **12.136**
Hochrechnung in Mio. **51,07**

Besuch Wartezimmer beim Arzt in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen**Montag - Freitag**

zwischen 6 und 7 Uhr	21,7
zwischen 7 und 8 Uhr	18,2
zwischen 8 und 9 Uhr	35,3
zwischen 9 und 10 Uhr	31,9
zwischen 10 und 11 Uhr	29,8
zwischen 11 und 12 Uhr	18,2
zwischen 12 und 13 Uhr	12,3
zwischen 13 und 14 Uhr	6,8
zwischen 14 und 15 Uhr	12,9
zwischen 15 und 16 Uhr	17,7
zwischen 16 und 17 Uhr	17,7
zwischen 17 und 18 Uhr	12,7
zwischen 18 und 19 Uhr	11,8
zwischen 19 und 20 Uhr	5,4
zwischen 20 und 21 Uhr	5,1

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate**Montag - Freitag**

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,2
2-3 mal in der Woche	0,2
einmal in der Woche	1,3
2-3 mal im Monat	3,9
einmal im Monat	9,9
seltener	79,3
nie	5,2

	%
Nutzungsfrequenz	

Montag - Freitag

1 = sehr häufig (1. Quartil)	24,3
2 = häufig (2. Quartil)	18,8
3 = gelegentlich (3. Quartil)	30,8
4 = selten (4. Quartil)	26,1

Bildschirme bemerkt im Wartezimmer beim Arzt

ja	47,7
nein	52,3

Neue Basis: WNK Apotheke **12.869**
Hochrechnung in Mio. **53,65**

Nutzung Apotheke in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen**Montag - Samstag***

zwischen 6 und 7 Uhr	16,6
zwischen 7 und 8 Uhr	4,2
zwischen 8 und 9 Uhr	21,9
zwischen 9 und 10 Uhr	28,0
zwischen 10 und 11 Uhr	30,4
zwischen 11 und 12 Uhr	28,4
zwischen 12 und 13 Uhr	25,2
zwischen 13 und 14 Uhr	6,8
zwischen 14 und 15 Uhr	16,5
zwischen 15 und 16 Uhr	16,6
zwischen 16 und 17 Uhr	18,8
zwischen 17 und 18 Uhr	25,7
zwischen 18 und 19 Uhr	11,4
zwischen 19 und 20 Uhr	0,7
zwischen 20 und 21 Uhr	0,2

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate**Montag - Samstag***

mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,1
2-3 mal in der Woche	0,1
einmal in der Woche	1,2
2-3 mal im Monat	2,6
einmal im Monat	10,8
seltener	80,4
nie	4,8

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	20,6
2 = häufig (2. Quartil)	16,0
3 = gelegentlich (3. Quartil)	37,7
4 = selten (4. Quartil)	25,6

Bildschirme bemerkt in einer Apotheke	
ja	42,6
nein	57,4

Neue Basis: WNK **14.320**
Hochrechnung in Mio. **58,88**

Nutzung Drogeriemarkt in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*	
zwischen 7 und 8 Uhr	3,4
zwischen 8 und 9 Uhr	3,5
zwischen 9 und 10 Uhr	11,4
zwischen 10 und 11 Uhr	20,3
zwischen 11 und 12 Uhr	18,1
zwischen 12 und 13 Uhr	13,2
zwischen 13 und 14 Uhr	14,9
zwischen 14 und 15 Uhr	16,5
zwischen 15 und 16 Uhr	15,1
zwischen 16 und 17 Uhr	14,2
zwischen 17 und 18 Uhr	12,2
zwischen 18 und 19 Uhr	6,8
zwischen 19 und 20 Uhr	3,2
zwischen 20 und 21 Uhr	0,9
zwischen 21 und 22 Uhr	0,7

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,3
einmal in der Woche	2,1
2-3 mal im Monat	7,7
einmal im Monat	25,4
seltener	61,7
nie	2,5

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	12,1
2 = häufig (2. Quartil)	30,7
3 = gelegentlich (3. Quartil)	19,9
4 = selten (4. Quartil)	37,3

Drogeriemarkt in den letzten 3 Monaten besucht	
BUDNI / Budnikowsky	5,6
dm	68,9
Müller	24,0
Rossmann	53,3
Bildschirme bemerkt in Drogeriemärkten	
ja	38,6
nein	61,4

Neue Basis: WNK Hotel **9.958**
Hochrechnung in Mio. **38,85**

Nutzung Hotel in den letzten 12 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	42,0
zwischen 7 und 8 Uhr	32,1
zwischen 8 und 9 Uhr	33,2
zwischen 9 und 10 Uhr	32,5
zwischen 10 und 11 Uhr	26,5
zwischen 11 und 12 Uhr	22,1
zwischen 12 und 13 Uhr	20,0
zwischen 13 und 14 Uhr	19,5
zwischen 14 und 15 Uhr	21,8
zwischen 15 und 16 Uhr	20,2
zwischen 16 und 17 Uhr	21,7
zwischen 17 und 18 Uhr	25,9
zwischen 18 und 19 Uhr	29,3
zwischen 19 und 20 Uhr	27,5
zwischen 20 und 21 Uhr	29,4
zwischen 21 und 22 Uhr	30,4
zwischen 22 und 23 Uhr	31,9
zwischen 23 und 24 Uhr	30,9
zwischen 0 und 1 Uhr	29,8
zwischen 1 und 2 Uhr	29,1
zwischen 2 und 3 Uhr	29,1
zwischen 3 und 4 Uhr	28,7
zwischen 4 und 5 Uhr	28,8
zwischen 5 und 6 Uhr	29,7

	%
Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate	
Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	2,7
2-3 mal in der Woche	2,7
einmal in der Woche	6,7
2-3 mal im Monat	3,8
einmal im Monat	6,3
seltener	78,0
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	24,0
2 = häufig (2. Quartil)	16,6
3 = gelegentlich (3. Quartil)	17,3
4 = selten (4. Quartil)	42,2
Hotels besucht in den letzten 12 Monaten	
Best Western	17,2
Hilton International	4,2
Holiday Inn	12,2
Marriott	7,7
Meliá Hotels	2,2
Mercure	10,9
Mövenpick	5,6
Novotel	9,5
Park Inn by Radisson	3,5
Radisson Blue	5,4
Scandic	1,9
Steigenberger	6,6
Bildschirme bemerkt in Hotels	
ja	30,9
nein	69,1
Zuletzt im Hotel gewesen	
Montag	8,7
Dienstag	6,6
Mittwoch	8,6
Donnerstag	11,8
Freitag	13,1
Samstag	22,0
Sonntag	15,0
weiß nicht mehr	14,2

	%
Neue Basis: WNK Parkhaus	9.539
Hochrechnung in Mio.	38,92

Nutzung Parkhaus in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 6 und 7 Uhr	3,4
zwischen 7 und 8 Uhr	2,2
zwischen 8 und 9 Uhr	3,1
zwischen 9 und 10 Uhr	6,4
zwischen 10 und 11 Uhr	8,6
zwischen 11 und 12 Uhr	7,6
zwischen 12 und 13 Uhr	7,2
zwischen 13 und 14 Uhr	7,2
zwischen 14 und 15 Uhr	8,0
zwischen 15 und 16 Uhr	6,6
zwischen 16 und 17 Uhr	6,2
zwischen 17 und 18 Uhr	5,5
zwischen 18 und 19 Uhr	4,4
zwischen 19 und 20 Uhr	3,3
zwischen 20 und 21 Uhr	2,9
zwischen 21 und 22 Uhr	1,9
zwischen 22 und 23 Uhr	1,5
zwischen 23 und 24 Uhr	1,3
zwischen 0 und 1 Uhr	1,0
zwischen 1 und 2 Uhr	0,9
zwischen 2 und 3 Uhr	0,9
zwischen 3 und 4 Uhr	0,9
zwischen 4 und 5 Uhr	0,8
zwischen 5 und 6 Uhr	0,9

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	4,1
2-3 mal im Monat	8,3
einmal im Monat	16,5
seltener	60,2
nie	10,1

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	15,4
2 = häufig (2. Quartil)	33,7
3 = gelegentlich (3. Quartil)	22,8
4 = selten (4. Quartil)	28,1

Bildschirme bemerkt in Parkhäusern	
ja	35,7
nein	64,3

Neue Basis: WNK Freizeit-/Erlebnisbad, Therme **4.657**
Hochrechnung in Mio. **18,55**

Nutzung Freizeit-/Erlebnisbad, Therme in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 8 und 9 Uhr	14,9
zwischen 9 und 10 Uhr	12,0
zwischen 10 und 11 Uhr	21,6
zwischen 11 und 12 Uhr	22,8
zwischen 12 und 13 Uhr	22,9
zwischen 13 und 14 Uhr	21,0
zwischen 14 und 15 Uhr	23,2
zwischen 15 und 16 Uhr	19,8
zwischen 16 und 17 Uhr	18,8
zwischen 17 und 18 Uhr	15,4
zwischen 18 und 19 Uhr	11,3
zwischen 19 und 20 Uhr	8,1
zwischen 20 und 21 Uhr	4,9

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,5
einmal in der Woche	4,1
2-3 mal im Monat	7,8
einmal im Monat	15,1
seltener	55,2
nie	16,8

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	15,4
2 = häufig (2. Quartil)	23,4
3 = gelegentlich (3. Quartil)	32,5
4 = selten (4. Quartil)	28,7

Bildschirme bemerkt in größeren Freizeit- oder Erlebnisbädern, Thermen	
ja	45,4
nein	54,6

Neue Basis: WNK Größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen **5.663**
Hochrechnung in Mio. **22,09**

Nutzung größeres Bürogebäude mit großem Foyer und Aufzügen in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Freitag	
zwischen 6 und 7 Uhr	16,8
zwischen 7 und 8 Uhr	15,0
zwischen 8 und 9 Uhr	20,0
zwischen 9 und 10 Uhr	23,1
zwischen 10 und 11 Uhr	24,6
zwischen 11 und 12 Uhr	18,0
zwischen 12 und 13 Uhr	17,6
zwischen 13 und 14 Uhr	16,0
zwischen 14 und 15 Uhr	16,8
zwischen 15 und 16 Uhr	14,3
zwischen 16 und 17 Uhr	12,6
zwischen 17 und 18 Uhr	8,8
zwischen 18 und 19 Uhr	5,9
zwischen 19 und 20 Uhr	3,9
zwischen 20 und 21 Uhr	2,7

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Freitag	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,4
2-3 mal in der Woche	0,3
einmal in der Woche	7,8
2-3 mal im Monat	3,5
einmal im Monat	7,7
seltener	20,7
nie	59,6

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Freitag	
keinmal	51,5
1 = sehr häufig (1. Quartil)	12,1
2 = häufig (2. Quartil)	11,5
3 = gelegentlich (3. Quartil)	12,7
4 = selten (4. Quartil)	12,2
Bildschirme bemerkt in größeren Bürogebäuden mit großem Foyer und Aufzügen	
ja	44,4
nein	55,6
Neue Basis: WNK Telefon-/Mobilfunkshop	4.026
Hochrechnung in Mio.	16,05

Nutzung Telefon-/Mobilfunkshop in den letzten 3 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Samstag*	
zwischen 8 und 9 Uhr	13,9
zwischen 9 und 10 Uhr	9,4
zwischen 10 und 11 Uhr	12,7
zwischen 11 und 12 Uhr	14,2
zwischen 12 und 13 Uhr	10,9
zwischen 13 und 14 Uhr	10,0
zwischen 14 und 15 Uhr	11,6
zwischen 15 und 16 Uhr	10,4
zwischen 16 und 17 Uhr	8,7
zwischen 17 und 18 Uhr	9,9
zwischen 18 und 19 Uhr	6,8
zwischen 19 und 20 Uhr	4,3
zwischen 20 und 21 Uhr	3,2

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Samstag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	0,8
2-3 mal in der Woche	0,6
einmal in der Woche	4,5
2-3 mal im Monat	5,8
einmal im Monat	13,8
seltener	49,3
nie	25,1

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Samstag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	24,2
2 = häufig (2. Quartil)	9,0
3 = gelegentlich (3. Quartil)	41,7
4 = selten (4. Quartil)	25,1
Telefon-/Mobilfunkshop in den letzten 3 Monaten besucht	
mobilcom-debitel	16,7
O2 / Telefonica	28,2
Telekom	34,8
Vodafone	31,8
Bildschirme bemerkt in Telefon-/Mobilfunkshops	
ja	71,4
nein	28,6
Neue Basis: WNK Messe	5.338
Hochrechnung in Mio.	20,98

Nutzung Messe in den letzten 12 Monaten

Besuch nach Zeitschienen

Montag - Sonntag*	
zwischen 8 und 9 Uhr	20,0
zwischen 9 und 10 Uhr	18,8
zwischen 10 und 11 Uhr	32,5
zwischen 11 und 12 Uhr	32,0
zwischen 12 und 13 Uhr	32,2
zwischen 13 und 14 Uhr	33,4
zwischen 14 und 15 Uhr	31,7
zwischen 15 und 16 Uhr	27,3
zwischen 16 und 17 Uhr	21,0
zwischen 17 und 18 Uhr	14,9
zwischen 18 und 19 Uhr	8,6

Nutzungshäufigkeit letzte 12 Monate

Montag - Sonntag*	
mehrmals täglich, täglich bzw. fast täglich	4,8
2-3 mal in der Woche	3,3
einmal in der Woche	10
2-3 mal im Monat	4,7
einmal im Monat	5,6
seltener	71,6

* Zeitschienen je nach Touchpoint auch auswertbar für Montag - Freitag, Samstag/Sonntag

	%
Nutzungsfrequenz	
Montag - Sonntag*	
1 = sehr häufig (1. Quartil)	22,9
2 = häufig (2. Quartil)	13,8
3 = gelegentlich (3. Quartil)	13,5
4 = selten (4. Quartil)	49,8
Messe besucht im letzten Jahr	
Berlin	18,9
Düsseldorf	8,1
Essen	6,8
Frankfurt	12,4
Hannover	12,1
Köln	14,2
Leipzig	8,3
München	12,5
Nürnberg	6,3
Stuttgart	10,5
Bildschirme bemerkt auf Messen	
ja	64,7
nein	35,3
Zuletzt auf einer Messe gewesen	
Montag	4,2
Dienstag	6,9
Mittwoch	10,8
Donnerstag	12,7
Freitag	11,4
Samstag	32,4
Sonntag	15,3
weiß nicht mehr	6,4

	%
Basis: Gesamt (ungew.)	16.877
Hochrechnung in Mio.	70,60

Mediennutzung

Im Folgenden geht es nun mal um die Beschäftigung mit verschiedenen Medien, egal, ob in der Freizeit, in Schule, Uni oder Beruf. Geben Sie bitte an, an wie vielen von den 7 Tagen von Montag bis Sonntag Sie diese Tätigkeiten ausüben.

TV	
7 Tage	59,8
6 Tage	6,6
5 Tage	8,9
4 Tage	3,7
3 Tage	4,0
2 Tage	4,7
1 Tag	6,9
seltener/nie	5,5
Radio	
7 Tage	39,4
6 Tage	5,6
5 Tage	15,3
4 Tage	4,4
3 Tage	5,4
2 Tage	7,0
1 Tag	8,7
seltener/nie	14,2
Internet	
7 Tage	67,5
6 Tage	3,5
5 Tage	3,9
4 Tage	1,7
3 Tage	1,5
2 Tage	1,4
1 Tag	2,1
seltener	1,6
nie	16,8
Tageszeitung/Zeitung	
7 Tage	13,8
6 Tage	16,8
5 Tage	8,6
4 Tage	3,7
3 Tage	5,8
2 Tage	9,3
1 Tag	14,3
seltener/nie	27,7

	%
Zeitschriften/Magazine	
7 Tage	7,3
6 Tage	1,7
5 Tage	4,6
4 Tage	4,5
3 Tage	8,9
2 Tage	16,3
1 Tag	24,7
seltener/nie	32,1
Bücher/E-Books	
7 Tage	11,0
6 Tage	1,9
5 Tage	6,0
4 Tage	4,1
3 Tage	6,7
2 Tage	11,1
1 Tag	16,8
seltener/nie	42,4

TV

Wochentage und Zeitschienen: Fernsehen genutzt an ... Tagen

6.00 - 9.00 Uhr	
Montag - Freitag	16,7
5 Tagen	7,6
4 Tagen	0,9
3 Tagen	1,4
2 Tagen	2,2
1 Tag	4,5
Samstag	10,6
Sonntag	8,6
seltener	32,6
nie	50,7
9.00 - 12.00 Uhr	
Montag - Freitag	19,6
5 Tagen	6,2
4 Tagen	1,3
3 Tagen	2,7
2 Tagen	4,4
1 Tag	5,0
Samstag	17,7
Sonntag	22,5
seltener	28,1
nie	52,2

	%		%
12.00 - 15.00 Uhr		20.00 - 21.00 Uhr	
Montag-Freitag	24,7	Montag - Freitag	77,0
5 Tagen	9,2	5 Tagen	55,7
4 Tagen	2,1	4 Tagen	6,5
3 Tagen	3,7	3 Tagen	4,8
2 Tagen	4,9	2 Tagen	4,4
1 Tag	4,9	1 Tag	5,6
Samstag	26,3	Samstag	80,8
Sonntag	30,6	Sonntag	79,7
seltener	24,4	seltener	4,9
nie	50,8	nie	18,1
15.00 - 18.00 Uhr		21.00 - 22.00 Uhr	
Montag - Freitag	35,1	Montag - Freitag	69,6
5 Tagen	14,8	5 Tagen	50,8
4 Tagen	3,5	4 Tagen	5,9
3 Tagen	5,2	3 Tagen	4,1
2 Tagen	6,4	2 Tagen	4,1
1 Tag	5,2	1 Tag	4,8
Samstag	39,0	Samstag	78,6
Sonntag	37,7	Sonntag	76,8
seltener	18,6	seltener	6,1
nie	46,3	nie	24,3
18.00 - 19.00 Uhr		22.00 - 23.00 Uhr	
Montag - Freitag	47,6	Montag - Freitag	50,4
5 Tagen	26,8	5 Tagen	27,4
4 Tagen	4,5	4 Tagen	3,9
3 Tagen	5,2	3 Tagen	5,3
2 Tagen	5,5	2 Tagen	7,5
1 Tag	5,6	1 Tag	6,3
Samstag	52,9	Samstag	63,2
Sonntag	48,9	Sonntag	52,1
seltener	13,0	seltener	12,5
nie	39,4	nie	37,1
19.00 - 20.00 Uhr		nach 23.00 Uhr	
Montag - Freitag	60,7	Montag - Freitag	30,6
5 Tagen	39,6	5 Tagen	10,5
4 Tagen	5,6	4 Tagen	1,7
3 Tagen	5,3	3 Tagen	3,3
2 Tagen	4,9	2 Tagen	6,9
1 Tag	5,3	1 Tag	8,1
Samstag	63,2	Samstag	39,0
Sonntag	61,1	Sonntag	24,1
seltener	8,5	seltener	22,0
nie	30,8	nie	47,4

	%
Basis: Gehe an mind. 1 Tag pro Woche ins Internet	13.771
Hochrechnung in Mio.	57,61

Internet

Mit welchem der folgenden Geräte nutzen Sie zumindest gelegentlich das Internet – egal, ob beruflich oder privat?

stationärer Computer	68,2
Laptop, Notebook, Ultrabook	67,8
Netbook	10,1
Smartphone/mobiles Internet	76,3
Tablet/Tablet-Computer/iPad	43,1
internetfähiger Fernseher, sog. Smart-TV	32,0
Spielekonsole	20,5

Basis: Mobile Smartphone-Online-Nutzer	11.949
Hochrechnung in Mio.	44,36

Mobiles Internet

An wie vielen von den 7 Tagen von Montag bis Sonntag nutzen Sie das mobile Internet auf Ihrem Smartphone?

7 Tage	66,9
6 Tage	3,2
5 Tage	8,8
4 Tage	3,6
3 Tage	4,4
2 Tage	6,6
1 Tag	6,6

Wochentage und Zeitschienen

Mobile Internetnutzung via Smartphone an ...

6.00 – 9.00 Uhr	
Montag - Freitag	42,3
5 Tagen	28,5
4 Tagen	1,5
3 Tagen	2,5
2 Tagen	3,2
1 Tag	6,6
Samstag	20,4
Sonntag	18,1
seltener	16,5
nie	41,2
9.00 – 12.00 Uhr	
Montag - Freitag	50,7
5 Tagen	31,6
4 Tagen	2,3

	%
3 Tagen	3,5
2 Tagen	5,4
1 Tag	7,9
Samstag	49,0
Sonntag	41,4
seltener	11,5
nie	37,9

12.00 – 15.00 Uhr

Montag - Freitag	56,6
5 Tagen	36,6
4 Tagen	2,5
3 Tagen	4,1
2 Tagen	5,2
1 Tag	8,2
Samstag	57,4
Sonntag	52,6
seltener	9,2
nie	34,2

15.00– 18.00 Uhr

Montag - Freitag	61,5
5 Tagen	40,5
4 Tagen	3,1
3 Tagen	4,0
2 Tagen	5,0
1 Tag	9,0
Samstag	63,0
Sonntag	58,3
seltener	7,2
nie	31,3

18.00 – 19.00 Uhr

Montag - Freitag	58,0
5 Tagen	39,7
4 Tagen	3,0
3 Tagen	3,1
2 Tagen	4,3
1 Tag	7,9
Samstag	59,5
Sonntag	57,0
seltener	7,1
nie	35,0

19.00 – 20.00 Uhr

Montag - Freitag	55,7
5 Tagen	38,2
4 Tagen	2,8
3 Tagen	3,3

	%
2 Tagen	3,7
1 Tag	7,7
Samstag	57,9
Sonntag	55,1
seltener	7,8
nie	36,5
20.00 - 21.00 Uhr	
Montag - Freitag	49,7
5 Tagen	34,1
4 Tagen	2,3
3 Tagen	2,9
2 Tagen	3,7
1 Tag	6,8
Samstag	52,4
Sonntag	50,8
seltener	10,1
nie	40,2
21.00 - 22.00 Uhr	
Montag - Freitag	42,7
5 Tagen	29,3
4 Tagen	1,8
3 Tagen	2,1
2 Tagen	3,5
1 Tag	6,0
Samstag	46,4
Sonntag	43,8
seltener	12,6
nie	44,7
22.00 - 23.00 Uhr	
Montag - Freitag	32,5
5 Tagen	20,3
4 Tagen	1,5
3 Tagen	1,9
2 Tagen	3,2
1 Tag	5,5
Samstag	37,8
Sonntag	32,4
seltener	17,3
nie	50,2
Nach 23.00 Uhr	
Montag - Freitag	23,2
5 Tagen	11,7
4 Tagen	1,0
3 Tagen	1,7
2 Tagen	3,4
1 Tag	5,4

	%
Samstag	28,4
Sonntag	21,5
seltener	22,6
nie	54,2

Nutzungsorte

Wie oft nutzen Sie an den folgenden Orten das mobile Internet mit Ihrem Smartphone?

Bei mir zu Hause

häufig	60,7
gelegentlich	19,1
selten	12,7
nie	7,5

Bei Freunden/Verwandten zu Hause

häufig	16,7
gelegentlich	40,9
selten	29,2
nie	13,3

Auf der Arbeit/in der Schule, Uni, Ausbildung

häufig	24,4
gelegentlich	28,3
selten	19,8
nie	27,5

Wenn ich unterwegs bin

häufig	34,9
gelegentlich	38,2
selten	20,1
nie	6,9

Anwendungen

Wie häufig machen Sie Folgendes auf dem Smartphone?

Kommunikation/ Nachrichten/ E-Mails/ Messaging

häufig	47,6
gelegentlich	30,0
selten	13,9
nie	8,4

Soziale Netzwerke (WhatsApp/ Facebook/ Instagram/ Snapchat/ Xing/ LinkedIn/ Tumblr/ Twitter etc.)

häufig	50,9
gelegentlich	22,8
selten	12,0
nie	14,4

	%
Nachrichten und andere Informationen aus Politik, Wirtschaft, Zeitgeschehen abrufen	
häufig	22,0
gelegentlich	32,5
selten	24,7
nie	20,8
Informationen über Produkte und Dienstleistungen/ Preise und Produkte vergleichen	
häufig	15,0
gelegentlich	32,5
selten	28,7
nie	23,8
Veranstaltungstipps	
häufig	6,0
gelegentlich	24,2
selten	31,6
nie	38,1
Routenplanung/ Navigation	
häufig	15,6
gelegentlich	38,8
selten	28,8
nie	16,8
Fahrpläne/ Flugpläne	
häufig	12,4
gelegentlich	27,5
selten	29,8
nie	30,3
Online-Shopping/ Online-Auktionen (z.B. ebay)	
häufig	12,8
gelegentlich	28,4
selten	24,9
nie	34,0
Reise-Tickets (Flug, Zug, Reise) kaufen/ Reise buchen	
häufig	5,3
gelegentlich	15,7
selten	23,7
nie	55,3
Kontakt- und/oder Partnerbörsen	
häufig	5,6
gelegentlich	9,6
selten	11,4
nie	73,4

	%
Online-Banking/ Online-Broking	
häufig	14,0
gelegentlich	22,0
selten	16,2
nie	47,8
Videos ansehen (TV-Streaming, Youtube, Facebook, Mediathek etc.)	
häufig	18,8
gelegentlich	28,1
selten	26,4
nie	26,6
Musik, Radio hören	
häufig	23,3
gelegentlich	25,8
selten	21,3
nie	29,6
Spielen	
häufig	21,1
gelegentlich	23,5
selten	21,7
nie	33,7
Bezahlfunktion (MyWallet, Apple Pay, Mpass etc.)	
häufig	6,7
gelegentlich	15,1
selten	16,1
nie	62,1

Anzahl genutzter Apps

Wie viele Apps auf Ihrem Smartphone nutzen Sie zumindest gelegentlich?

	%
5 bis unter 10	4,2
10 bis unter 15	5,7
15 bis unter 20	27,6
20 bis unter 25	23,3
25 bis unter 30	6,3
30 bis unter 35	11,9
35 bis unter 40	6,3
40 bis unter 45	7,0
45 bis unter 50	1,9
50 oder mehr	5,9
durchschnittliche Anzahl genutzter Apps	24,2

%

Aktivierte Funktionen auf dem Smartphone

Welche Funktionen sind an Ihrem Smartphone aktiviert?

WLAN	95,3
Bluetooth	50,4
Ortungsdienst/GPS-Funktion	55,7
persönlicher Hotspot	17,2
Ad Blocker	31,1
Pop-up-Blocker	34,9
weiß nicht/keine Angabe	1,7

Push-Nachrichten

Haben Sie schon mal Push-Nachrichten auf dem Smartphone erhalten?

ja, und zwar ...	49,7
... Nachrichteninformationen	35,4
... Coupons oder Rabattaktionen	17,4
... anderes	11,9
nein	26,6
weiß nicht	23,7

Akzeptanz von Push-Nachrichten

Lasse generell Push-Nachrichten zu

ja	23,7
nein	52,5
weiß nicht/keine Angabe	23,8

Vertrauen in DSGVO

Habe seit der Einführung der DSGVO mehr Vertrauen, dass Daten und Angaben datenschutzkonform behandelt werden

ja	40,4
nein	59,6

	%
Basis: Gesamt (ungew.)	16.877
Hochrechnung in Mio.	70,60

Themeninteressen

Wie stark interessieren Sie sich für die folgenden Themen?
(sehr stark/stark/weniger stark/gar nicht)

sehr stark/stark interessiert

Unterhaltungselektronik (TV und HiFi)	44,6
Foto-, Videogeräte, Kameras	32,2
Computer, -zubehör	40,1
Heimwerkergeräte, DIY	31,1
Musik	60,3
Games bzw. Computerspiele	28,8
Telekommunikation/ Handy/ Handyverträge	34,0
Elektrogeräte für den Haushalt	43,2
Sport und Fitness	38,0
Urlaub und Reisen	56,1
Wellness	33,4
Gesundheit/ Gesundheitsprodukte/ rezeptfreie Medikamente	51,0
Beauty und Kosmetik	35,2
Mode, Bekleidung, Schuhe, Accessoires	52,2
Uhren und Schmuck	28,8
Produkte für den Garten/ Pflanzen/ Gartengeräte	40,7
Pkw, -zubehör	30,0
Möbel und Einrichtung	40,6
Geldanlagen, Versicherungen	29,2
alkoholische Getränke (Bier, Wein, Spirituosen)	29,3
nicht-alkoholische Getränke (Mineralwasser, Fruchtsäfte etc.)	51,3
Bioprodukte	33,5
Sonderangebote und Aktionen bei Lebensmitteln	64,4
Veranstaltungen in der Region	47,9

	%
Raucher	

Rauchen Sie, egal, ob Zigarette, E-Zigarette, IQOS, Pfeife usw.?

ja	22,5
nein	75,0
Weiß nicht/keine Angabe	2,6

Rauche ...

normale Zigaretten	17,7
E-Zigarette	5,9
Pfeife	1,1
Shisha	1,5
iQOS	1,6
anderes	2,1
rauche nicht	75,0
weiß nicht/keine Angabe	2,6

	%
Demographie	
Alter (Ø 48,1 Jahre)	
14-19 Jahre	7,0
20-29 Jahre	14,0
30-39 Jahre	14,1
40-49 Jahre	16,1
50-59 Jahre	18,2
60 Jahre oder älter	30,7
Geschlecht	
männlich	49,3
weiblich	50,7
Schulbildung	
in Ausbildung (Schüler, Student, Azubi)	11,0
Volksschule/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre	4,5
Volksschule/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre	28,9
weiterführende Schule ohne Abitur	28,3
Abitur/ Studium	26,9
kein Abschluss	0,4
Berufstätigkeit	
voll berufstätig	40,8
teil-berufstätig (halbtags/ stundenweise)	15,4
in Berufsausbildung, Azubi	2,2
Hausfrau ohne Berufstätigkeit	3,7
Schüler(in)	4,7
Student(in)	4,2
Rentner(in)	24,4
nicht berufstätig, arbeitslos	4,6
Stellung im Beruf	
Selbständig	5,1
freiberuflich tätig	2,3
Angestellter	37,2
Beamter	2,0
selbständiger Landwirt	0,2
Facharbeiter	5,3
Arbeiter	4,2
Hausfrau/-mann ohne Berufstätigkeit	3,7
in Ausbildung (Schüler, Student, Azubi)	11,0
nicht berufstätig/ keine Angabe	29,0
Leitungsfunktion	
Gesamtleitung	17,7
Teilbereichsleitung	21,3
keine leitende Funktion	61,0

	%
Entscheidung über Etat/ Finanzierungsmöglichkeiten	10,2
Kaufentscheidung zu konkretem Angebot/ Produkt	14,6
Entscheidungen in Personalfragen	11,3
P+O-Entscheidungen	4,8
keine leitende Funktion	61,0
Entscheider	
ja	9,1
nein	90,9
Mitarbeiterzahl im Unternehmen	
unter 10 Mitarbeiter	11,5
10 bis unter 50 Mitarbeiter	11,1
50 bis unter 250 Mitarbeiter	11,7
250 bis unter 500 Mitarbeiter	6,6
500 bis unter 1.000 Mitarbeiter	5,3
1.000 Mitarbeiter oder mehr	10,1
Genutzte Verkehrsmittel zum Arbeitsplatz/ Ausbildungsplatz/ Schule	
Auto/ Motorrad	37,3
Öffentliche Verkehrsmittel	16,0
zu Fuß/ Fahrrad	12,4
anders	1,6
nicht berufstätig/ in Ausbildung	32,7
Haushaltsgröße	
1 Person	23,3
2 Personen	38,0
3 Personen	19,6
4 Personen	13,4
5 Personen oder mehr	5,7
Kinder unter 14 Jahren im Haushalt	
Kein Kind	80,5
1 Kind	11,8
2 Kinder	6,0
3 Kinder oder mehr	1,7
Haushaltführend	
ja	73,6
nein	26,4
Alter der Kinder	
bis unter 2 Jahre	3,3
2 bis unter 6 Jahre	6,4
6 bis unter 10 Jahre	7,0
10 bis unter 13 Jahre	8,3
keine Kinder im Haushalt	80,5

	%
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	
bis unter 1.000 Euro	9,1
1.000 bis unter 1.500 Euro	14,7
1.500 bis unter 2.000 Euro	15,0
2.000 bis unter 2.500 Euro	15,3
2.500 bis unter 3.000 Euro	13,9
3.000 bis unter 3.500 Euro	10,4
3.500 bis unter 4.000 Euro	7,2
4.000 bis unter 4.500 Euro	5,0
4.500 bis unter 5.000 Euro	3,8
5.000 Euro oder mehr	5,6
Bundesland	
Schleswig-Holstein	3,5
Hamburg	2,2
Niedersachsen	9,7
Bremen	0,8
Nordrhein-Westfalen	21,6
Hessen	7,5
Rheinland-Pfalz	4,9
Baden-Württemberg	13,2
Bayern	15,6
Saarland	1,2
Berlin	4,2
Brandenburg	3,1
Mecklenburg-Vorpommern	2,0
Sachsen	5,0
Sachsen-Anhalt	2,8
Thüringen	2,7
Verbreitungsgebiete	
Mitte (Hessen)	7,5
Nord1 (Hamburg, Schleswig-Holstein)	5,7
Nord2 (Niedersachsen, Bremen)	10,5
Ost1 (Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen)	10,5
Ost2 (Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern)	9,3
Süd1 (Baden-Württemberg)	13,2
Süd2 (Bayern)	15,6
West1 (Nordrhein-Westfalen)	21,6
West2 (Rheinland-Pfalz, Saarland)	6,2
Nielsengebiete	
Nielsen I	16,1
Nielsen II	21,6
Nielsen IIIa	13,6
Nielsen IIIb	13,2
Nielsen IV	15,6
Nielsen V + VI	12,1
Nielsen VII	7,7

	%
Nielsen-Ballungsräume	
Raum Hamburg	4,5
Raum Bremen/Bremerhaven	1,1
Raum Hannover	0,9
Raum Rhein-Ruhr	13,7
Raum Rhein-Main	3,5
Raum Rhein-Neckar	1,5
Raum Stuttgart	2,8
Raum Nürnberg	1,3
Raum München	3,6
Berlin	4,4
Raum Halle-Leipzig	1,8
Raum Chemnitz-Zwickau	1,2
Raum Dresden	1,2
gehört zu keinem Nielsen-Ballungsraum	58,4
Wohnort	
Berlin	4,2
Dortmund	0,7
Dresden	0,7
Düsseldorf	0,7
Essen	0,7
Hamburg	2,2
Hannover	0,7
Köln	1,3
Leipzig	0,7
München	1,8
Nürnberg	0,6
nichts davon	85,8
Wohnort/ Arbeitsort in Region Fahrgast TV/ busSpot	
ja	12,9
nein	87,1
Wohnortsgrößen	
bis unter 2.000 Einwohner	3,4
2.000 bis unter 5.000 Einwohner	11,1
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	26,5
20.000 bis unter 50.000 Einwohner	16,6
50.000 bis unter 100.000 Einwohner	10,8
100.000 bis unter 500.000 Einwohner	15,4
500.000 Einwohner und mehr	16,2

Werbeträgerkontakte

Basis: Gesamt (ungew.)

16.877

Hochrechnung in Mio.

70,60

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto
DooH Gesamt	74,3	52,43	924,35
Flughafen gesamt	3,1	2,21	30,04
ÖPNV Gesamt	34,6	24,45	261,97
Fahrgast-TV Gesamt	11,9	8,41	64,42
POS Gesamt	34,9	24,64	249,52
Elektronikmärkte Gesamt	7,3	5,13	30,68
Lebensmitteleinzelhandel Gesamt	7,9	5,61	32,90
POS Sonstige Gesamt	7,4	5,23	23,95
Kinos Gesamt	1,9	1,32	5,10
Fitness Studios Gesamt	5,4	3,79	62,63
Hochschulen Gesamt	1,7	1,22	6,65
FastFood und Szenegastronomie Gesamt	11,7	8,29	43,07
Healthcare Gesamt	5,3	3,78	9,63

Transport

Flughäfen

Flughafen Düsseldorf: Eigenvermarktung: Ad Board (Gesamtnetz für 10 einzeln belegbare Belegungseinheiten)	0,3	0,19	1,54
Flughafen Düsseldorf: Eigenvermarktung: Ad Gate	0,2	0,17	1,55
Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Best View	0,2	0,15	1,32
Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Passenger Walk	0,1	0,09	0,60
Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Terminal View	0,1	0,10	0,72
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Gesamtnetz	0,2	0,12	0,78
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Abflugnetz	0,1	0,08	0,36
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Ankunftsnetz	0,1	0,08	0,36
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Businessnetz	0,1	0,08	0,33
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Touristiknetz	0,1	0,09	0,39
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Videowall	0,0	0,01	0,06
Flughafen Berlin Brandenburg: Eigenvermarktung: DigitalBerlinNet	0,4	0,29	2,37
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Gesamt	0,2	0,14	0,94
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Main Hall	0,1	0,07	0,29
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Gate Rings	0,1	0,04	0,24
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Departure Gate	0,0	0,03	0,10
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Wall C	0,1	0,06	0,31
Flughafen Schönefeld: Eigenvermarktung: Gesamt	0,2	0,15	1,44
Airport Channel: Berlin Schönefeld	0,2	0,15	1,13
Airport Channel: Dresden	0,1	0,05	0,40

¹Für die meisten Angebote sind Leistungswerte nach Zeitschienen in MDS planbar.

²Aachen, Ansbach, Bielefeld, Bietigheim-Bissingen, Bottrop, Castrop-Rauxel, Annaberg-Buchholz (mit Chemnitz), Darmstadt, Datteln, Dorsten, Dresden, Düsseldorf (mit Kaarst, Neuss, Erkrath, Mettmann), Erlangen, Fürth, Gelsenkirchen (Nord), Gera, Gladbeck, Hamburg, Hanau, Herten, Koblenz, Landshut, Marl, Nürnberg, Südl. Landkreis Oberhavel (mit Oranienburg, Hennigsdorf, Hohen Neuendorf u.a.), Oer-Erkenschwick, Passau, Plauen, Potsdam, Recklinghausen, Ulm, Neu-Ulm, Waltrop

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto
Bahnhöfe/ U-Bahnhöfe/ ÖPNV			
Fahrgastfernsehen mc r&t&d Gesamt	6,0	4,24	33,53
Berliner Fenster	3,6	2,55	25,80
Münchner Fenster	1,4	1,01	3,72
Fahrgastfernsehen Dresden	0,5	0,36	2,14
Fahrgastfernsehen Leipzig	0,5	0,33	1,88
Fahrgastfernsehen busSpot.com - Fahrgast TV Network Deutschland (Gesamtnetz, 42 Städte)	4,4	3,09	21,62
Fahrgastfernsehen Hamburg	0,3	0,20	0,65
Hannover X-City Gesamt	1,1	0,81	5,88
Hannover X-City Station	0,7	0,47	2,64
Hannover X-City Flotte	0,7	0,48	3,24
Fahrgast-TV Düsseldorf	0,9	0,64	6,03
Wall: DUB Berlin & Friedrichstr.	2,4	1,72	10,86
POS			
Lebensmittelmärkte/ Supermärkte			
EDEKA TV	2,3	1,61	8,43
Echion real,- ShopKontakt	5,8	4,10	24,47
Elektronikmärkte			
Media Markt TV	4,1	2,92	17,17
Saturn-TV	2,8	1,98	10,76
Sonstiger POS			
Instore Channel Drogerie	0,2	0,11	0,45
Instore Channel Getränke	0,4	0,26	1,09
Instore Channel Press & Books	0,8	0,57	2,28
Active Channel Karstadt Sport	3,2	2,28	9,50
Active Channel Karstadt Sport (Schaufenster)	2,2	1,57	6,34
Active Channel Karstadt Sport (Instore)	1,1	0,80	3,16
Active Channel Intersport	3,6	2,53	10,63
Freizeit/Bildung/Gesundheit			
FastFood/ Szenegastronomie			
King Channel	2,6	1,80	7,98
McDonald's-TV	5,1	3,61	18,14
Edgar Art Screens	3,4	2,38	11,66
Kino			
Cinema Channel	1,0	0,69	2,57
Hotel			
Doorshow Channel	2,0	1,39	5,17
Fitness			
McFit	2,4	1,67	43,34
DHW FitnessScreens	0,3	0,20	1,42
DHW BäderScreens	0,1	0,03	0,17

¹Für die meisten Angebote sind Leistungswerte nach Zeitschienen in MDS planbar.

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto

Universität/Hochschule

DHW CampusScreens	0,7	0,51	2,09
UNICUM TV	0,8	0,54	2,53

Healthcare

TV-Wartezimmer	3,1	2,21	4,72
SK2 Apotheken Channel	2,0	1,40	4,31

Werbemittelkontakte

Basis: Gesamt (ungew.)

16.877

Hochrechnung in Mio.

70,60

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto

Transportmedien

Airport

Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Best View	0,2	0,15	3,55
Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Passenger Walk	0,1	0,09	1,53
Flughafen Hamburg: Eigenvermarktung: Terminal View	0,1	0,10	2,02
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Gesamtnetz	0,2	0,11	1,24
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Abflugnetz	0,1	0,07	0,97
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Ankunftsnetz	0,1	0,07	0,22
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Businessnetz	0,1	0,05	0,14
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Touristiknetz	0,1	0,08	1,05
Flughafen Stuttgart: Eigenvermarktung: Videowall	0,0	0,01	0,05
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Gesamt	0,2	0,14	2,61
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Main Hall	0,1	0,07	0,61
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Gate Rings	0,1	0,04	0,75
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Departure Gate	0,0	0,03	0,77
Flughafen Tegel: Eigenvermarktung: Digital Wall C	0,1	0,06	0,47
Flughafen Schönefeld: Eigenvermarktung: Gesamt	0,2	0,15	1,44

Goldbach Airports: Basic Rotation

Airport Channel Classic basic Rotation (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	1,7	1,22	31,78
Airport Channel Gate TV basic Rotation (nur Departure)	1,1	0,78	20,42
Airport Channel Airport Stelen basic Rotation (HAM, HAJ, NUE)	0,1	0,10	2,01
Airport Channel Classic Sicherheitsbereich basic Rotation (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	1,4	1,02	27,15
Airport Channel Classic Öffentlicher Bereich basic Rotation (HAM, HAJ, TXL, NUE, MUC, STR)	0,9	0,60	4,63
Airport Channel Düsseldorf Sicherheitsbereich basic Rotation	0,4	0,29	7,33
Airport Channel Hamburg Gesamt basic Rotation	0,3	0,20	5,48
Airport Channel Hamburg Sicherheitsbereich basic Rotation	0,2	0,15	4,02
Airport Channel Hamburg Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,2	0,13	1,45
Airport Channel Hannover Gesamt basic Rotation	0,2	0,11	3,75
Airport Channel Hannover Sicherheitsbereich basic Rotation	0,1	0,09	3,18

¹Für die meisten Angebote sind Leistungswerte nach Zeitschienen in MDS planbar.

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto
Airport Channel Hannover Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,1	0,08	0,58
Airport Channel München Gesamt basic Rotation	0,4	0,27	6,70
Airport Channel München Sicherheitsbereich basic Rotation	0,3	0,22	5,86
Airport Channel München Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,2	0,14	0,84
Airport Channel Nürnberg Gesamt basic Rotation	0,1	0,06	1,95
Airport Channel Nürnberg Sicherheitsbereich basic Rotation	0,1	0,04	1,37
Airport Channel Nürnberg Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,1	0,05	0,58
Airport Channel Nürnberg Videowall basic Rotation	0,0	0,03	0,19
Airport Channel Stuttgart Gesamt basic Rotation	0,2	0,11	3,77
Airport Channel Stuttgart Sicherheitsbereich basic Rotation	0,1	0,08	3,18
Airport Channel Stuttgart Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,1	0,07	0,59
Airport Channel Berlin Tegel Gesamt basic Rotation	0,3	0,20	2,81
Airport Channel Berlin Tegel Sicherheitsbereich basic Rotation	0,2	0,16	2,22
Airport Channel Berlin Tegel Öffentlicher Bereich basic Rotation	0,2	0,14	0,59
Goldbach Airports: High Rotation			
Airport Channel Classic high Rotation (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	1,7	1,22	69,30
Airport Channel Gate TV high Rotation (nur Departure)	1,1	0,78	44,46
Airport Channel Airport Stelen high Rotation (HAM, HAJ, NUE)	0,1	0,10	4,41
Airport Channel Classic Sicherheitsbereich high Rotation (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	1,5	1,03	59,12
Airport Channel Classic Öffentlicher Bereich high Rotation (HAM, HAJ, TXL, NUE, MUC, STR)	0,9	0,62	10,18
Airport Channel Düsseldorf Sicherheitsbereich high Rotation	0,4	0,29	15,95
Airport Channel Hamburg Gesamt high Rotation	0,3	0,20	12,07
Airport Channel Hamburg Sicherheitsbereich high Rotation	0,2	0,15	8,76
Airport Channel Hamburg Öffentlicher Bereich high Rotation	0,2	0,14	3,31
Airport Channel Hannover Gesamt high Rotation	0,2	0,11	8,17
Airport Channel Hannover Sicherheitsbereich high Rotation	0,1	0,09	6,91
Airport Channel Hannover Öffentlicher Bereich high Rotation	0,1	0,08	1,25
Airport Channel München Gesamt high Rotation	0,4	0,27	14,52
Airport Channel München Sicherheitsbereich high Rotation	0,3	0,22	12,75
Airport Channel München Öffentlicher Bereich high Rotation	0,2	0,15	1,77
Airport Channel Nürnberg Gesamt high Rotation	0,1	0,06	4,24
Airport Channel Nürnberg Sicherheitsbereich high Rotation	0,1	0,04	2,97
Airport Channel Nürnberg Öffentlicher Bereich high Rotation	0,1	0,05	1,27
Airport Channel Nürnberg Videowall high Rotation	0,0	0,03	0,41
Airport Channel Stuttgart Gesamt high Rotation	0,2	0,11	8,22
Airport Channel Stuttgart Sicherheitsbereich high Rotation	0,1	0,09	6,94
Airport Channel Stuttgart Öffentlicher Bereich high Rotation	0,1	0,07	1,28
Airport Channel Berlin Tegel Gesamt high Rotation	0,3	0,20	6,13
Airport Channel Berlin Tegel Sicherheitsbereich high Rotation	0,2	0,16	4,84
Airport Channel Berlin Tegel Öffentlicher Bereich high Rotation	0,2	0,14	1,29
Autobahn			
Basic Rotation			
Autobahn Channel Classic - Gesamt	7,6	5,37	21,53
Autobahn Channel Classic - Kasse	6,3	4,43	9,30

¹Für die meisten Angebote sind Leistungswerte nach Zeitschienen in MDS planbar.

Ganztageswerte: Montag - Sonntag ¹	%	Mio.	Mio.
	Netto		Brutto
Autobahn Channel Classic - Kühltheke	4,3	3,02	5,42
Autobahn Channel Classic - Gondeln	4,6	3,25	6,80
Autobahn Channel Digitale CLP	2,3	1,59	1,73
Autobahn Channel Travelboard	5,6	3,96	14,36
Autobahn Channel Digitale Spiegel Sanifair	2,5	1,77	2,09
High Rotation			
Autobahn Channel Classic - Gesamt	7,9	5,55	47,58
Autobahn Channel Classic - Kasse	6,8	4,80	20,65
Autobahn Channel Classic - Kühltheke	4,6	3,27	11,90
Autobahn Channel Classic - Gondeln	5,3	3,72	15,02
Autobahn Channel Digitale CLP	3,8	2,66	3,48
Autobahn Channel Travelboard	3,4	2,40	4,17
Autobahn Channel Digitale Spiegel Sanifair			
Bahnhöfe/ U-Bahnhöfe/ ÖPNV			
Fahrgastfernsehen mc r&tD Gesamt	6,0	4,24	72,22
Berliner Fenster	3,6	2,55	54,64
Münchener Fenster	1,4	1,01	7,90
Fahrgastfernsehen Dresden	0,5	0,36	5,02
Fahrgastfernsehen Leipzig	0,5	0,33	4,67
Hannover X-City Gesamt	1,0	0,69	6,51
Hannover X-City Station	0,4	0,30	1,15
Hannover X-City Flotte	0,7	0,48	5,37
POS			
Shopping Malls			
Basic Rotation			
Mall Channel	7,4	5,22	48,15
High Rotation			
Mall Channel	7,4	5,22	104,79
Lebensmittelmärkte/ Supermärkte			
Echion real,- ShopKontakt	5,8	4,10	8,11
Freizeit/ Bildung/ Gesundheit			
FastFood/ Szenegastronomie			
Basic Rotation			
King Channel	2,6	1,80	8,14
Low Rotation			
King Channel	2,6	1,80	4,03
Fitness			
McFit	2,0	1,38	2,00
Healthcare			
TV-Wartezimmer	3,1	2,21	6,98

¹Für die meisten Angebote sind Leistungswerte nach Zeitschienen in MDS planbar.

	Vermarkter	Anzahl Standorte	Anzahl Screens	Basisfrequenz (EBL/Tag)	Anzahl Tage	Zeitschienebelegung möglich	Belegung von Wochentagen möglich
Flughafen Düsseldorf Eigenvermarktung: AdBoard (Gesamtnetz für 10 einzeln belegbare Belegungseinheiten)	DUS Airport Media	1	14	922	7	ja	nein
Flughafen Düsseldorf Eigenvermarktung: AdGate	DUS Airport Media	1	92	variabel	7	ja	nein
Flughafen Hamburg Eigenvermarktung: Best View	Flughafen Hamburg GmbH	1	8	diverse	7	nein	nein
Flughafen Hamburg Eigenvermarktung: Passenger Walk	Flughafen Hamburg GmbH	1	6	diverse	7	nein	nein
Flughafen Hamburg Eigenvermarktung: Terminal View	Flughafen Hamburg GmbH	1	2	diverse	7	nein	nein
Flughafen Berlin Brandenburg Eigenvermarktung: DigitalBerlinNet	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	20	1.200	7	nein	nein
Flughafen Tegel Eigenvermarktung: Gesamt	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	9	1.440	7	nein	nein
Flughafen Tegel Eigenvermarktung: Digital Main Hall	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	2	1.440	7	nein	nein
Flughafen Tegel Eigenvermarktung: Digital Gate Rings	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	5	1.440	7	nein	nein
Flughafen Tegel Eigenvermarktung: Digital Departure Gate	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	1	1.440	7	nein	nein
Flughafen Tegel Eigenvermarktung: Digital Wall C	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	1	1.440	7	nein	nein
Flughafen Schönefeld Eigenvermarktung: Gesamt	Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	1	11	1.200	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Gesamtnetz	Flughafen Stuttgart GmbH	1	114	300	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Abflugnetz	Flughafen Stuttgart GmbH	1	82	300	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Anflugnetz	Flughafen Stuttgart GmbH	1	82	300	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Businessnetz	Flughafen Stuttgart GmbH	1	58	300	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Touristiknetz	Flughafen Stuttgart GmbH	1	56	300	7	nein	nein
Flughafen Stuttgart Eigenvermarktung: Videowall	Flughafen Stuttgart GmbH	1	7	650	7	nein	nein
Airport Channel Berlin Schönefeld Gesamt	Goldbach Germany	1	0	58	7	ja	ja
Airport Channel Dresden Gesamt	Goldbach Germany	1	0	13	7	ja	ja
Airport Channel Classic (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	Goldbach Germany	1	736	720	7	ja	ja
Airport Channel Gate TV (nur Departure)	Goldbach Germany	1	436	720	7	ja	ja
Airport Channel Airport Stelen (HAM, HAJ, NUE)	Goldbach Germany	3	43	720	7	ja	ja
Airport Channel Classic Sicherheitsbereich (HAM, HAJ, DUS, TXL, NUE, MUC, STR)	Goldbach Germany	9	609	720	7	ja	ja
Airport Channel Classic Öffentlicher Bereich (HAM, HAJ, TXL, NUE, MUC, STR)	Goldbach Germany	6	123	720	7	ja	ja

	Vermarkter	Anzahl Standorte	Anzahl Screens	Basisfrequenz (EBL/Tag)	Anzahl Tage	Zeitschienebelegung möglich	Belegung von Wochentagen möglich
Airport Channel Düsseldorf Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	124	540	7	ja	ja
Airport Channel Hamburg Gesamt	Goldbach Germany	1	87	600	7	ja	ja
Airport Channel Hamburg Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	76	600	7	ja	ja
Airport Channel Hannover Gesamt	Goldbach Germany	1	68	720	7	ja	ja
Airport Channel Hannover Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	29	720	7	ja	ja
Airport Channel Hannover Öffentlicher Bereich	Goldbach Germany	1	39	720	7	ja	ja
Airport Channel München Gesamt	Goldbach Germany	1	199	540	7	ja	ja
Airport Channel München Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	189	540	7	ja	ja
Airport Channel München Öffentlicher Bereich	Goldbach Germany	1	10	540	7	ja	ja
Airport Channel Nürnberg Gesamt	Goldbach Germany	1	39	510	7	ja	ja
Airport Channel Nürnberg Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	27	510	7	ja	ja
Airport Channel Nürnberg Öffentlicher Bereich	Goldbach Germany	1	12	510	7	ja	ja
Airport Channel Nürnberg Videowall	Goldbach Germany	1	1	510	7	ja	ja
Airport Channel Stuttgart Gesamt	Goldbach Germany	1	114	510	7	ja	ja
Airport Channel Stuttgart Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	95	510	7	ja	ja
Airport Channel Stuttgart Öffentlicher Bereich	Goldbach Germany	1	19	510	7	ja	ja
Airport Channel Berlin Tegel Gesamt	Goldbach Germany	1	101	540	7	ja	ja
Airport Channel Berlin Tegel Sicherheitsbereich	Goldbach Germany	1	69	540	7	ja	ja
Airport Channel Berlin Tegel Öffentlicher Bereich	Goldbach Germany	1	32	540	7	ja	ja
Autobahn Channel Classic Gesamt	Goldbach Germany	367	3.839	720	7	ja	ja
Autobahn Channel Classic - Kasse	Goldbach Germany	359	359	720	7	ja	ja
Autobahn Channel Classic - Kühltheke	Goldbach Germany	367	1.013	720	7	ja	ja
Autobahn Channel Classic - Gondel	Goldbach Germany	367	1.467	720	7	ja	ja
Autobahn Channel Digitale CLP	Goldbach Germany	367	272	720	7	ja	ja
Autobahn Channel Travelboard	Goldbach Germany	367	237	1440	7	ja	ja

	Vermarkter	Anzahl Standorte	Anzahl Screens	Basisfrequenz (EBL/Tag)	Anzahl Tage	Zeitschienebelegung möglich	Belegung von Wochentagen möglich
Autobahn Channel Digitale Spiegel Sanifair	Goldbach Germany	367	1.009	720	7	ja	ja
X-City Hannover Gesamt	X-City Marketing	294	1.471	100	7	Ja	ja
X-City Hannover Station	X-City Marketing	6	33	100	7	Ja	ja
X-City Hannover Fahrgastfernsehen	X-City Marketing	288	1.438	100	7	nein	ja
Fahrgastfernsehen mc r&tD Gesamt (Berlin, München, Leipzig, Dresden)	mcR&tD	1.585	5.829	80	7	ja	ja
Berliner Fenster	mcR&tD	1.106	3.768	80	7	ja	ja
Münchner Fenster	mcR&tD	164	1.202	80	7	ja	ja
Fahrgastfernsehen Dresden	mcR&tD Fernsehen in Dresden GmbH	83	418	80	7	ja	ja
Fahrgastfernsehen Leipzig	mcR&tD LE Medien GmbH	304	1.007	80	7	ja	ja
Fahrgastfernsehen Düsseldorf	MOPLAK Medien Service GmbH	43	172	60	7	nein	nein
Fahrgastfernsehen Hamburg	Verkehrswerbung Lloyd Schiffmann GmbH & Co. KG	246	424	80	7	nein	nein
Fahrgastfernsehen busSpot.com - Fahrgast TV Network Deutschland (Gesamtmetz, 42 Städte)	busSpot.com e.K.	3.255	7.475	100	7	standort- abhängig	standort- abhängig
Media Markt-TV Gesamt	Ambient-TV Sales & Services GmbH	255	30.600	40	6	nein	nein
Saturn-TV Gesamt	Ambient-TV Sales & Services GmbH	156	18.720	40	6	nein	nein
Edeka TV	neo advertising	701	2.825	150	6	ja	ja
Echion real,- Shopkontakt	echion Corporate Communication AG	260	1.045	150	6	ja	ja
Instore Channel Drogerie	Goldbach Germany	81	81	390	6	ja	ja
Instore Channel Getränke	Goldbach Germany	101	101	390	6	ja	ja
Instore Channel Press & Books	Goldbach Germany	60	136	540	7	ja	ja
Active Channel Karstadt Sport	Goldbach Germany	29	127	450	6	ja	ja
Active Channel Karstadt Sport/ Schaufenster	Goldbach Germany	9	9	450	6	ja	ja
Active Channel Karstadt Sport/ Instore	Goldbach Germany	29	118	450	6	ja	ja
Active Channel Intersport	Goldbach Germany	416	832	450	6	ja	ja
Mall Channel	Goldbach Germany	104	1.103	450	6	ja	ja
King Channel Gesamt	Goldbach Germany	498	1.106	192	7	ja	ja
McDonalds-TV	Ambient-TV Sales & Services GmbH	64	1.145	1.145	7	nein	nein

	Vermarkter	Anzahl Standorte	Anzahl Screens	Basisfrequenz (EBL/Tag)	Anzahl Tage	Zeitschienebelegung möglich	Belegung von Wochentagen möglich
Edgar Art Screens	Ambient-TV Sales & Services GmbH	120	884	884	7	nein	nein
Cinema Channel	Ambient-TV Sales & Services GmbH	194	194	112	7	nein	nein
Doorshow Channel Gesamt	Goldbach Germany	77	190	720	7	ja	ja
McFIT	El Cartel Media*	164	1.792	24	7	ja	ja
DHW FitnessScreens	Deutsche Hochschulwerbung und -vertriebs GmbH	188	407	mind. 120	7	nein	nein
DHW BäderScreens	Deutsche Hochschulwerbung und -vertriebs GmbH	11	11	mind. 120	7	nein	nein
TV Wartezimmer WT Mo-Fr ganztägig	TV Wartezimmer	5.387	5.387	21	5	nein	nein
SK2 Apotheken Channel	Apovid GmbH	769	769	100	6	nein	nein

*Anteiliger Sekundenpreis. Die Buchung erfolgt unabhängig der effektiv angelieferten Cliplänge von ≤30 Sek. grundsätzlich in 30-Sekunden-Einheiten.

DMI Public & Private Screens 2019/20

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter ab 14 Jahren (70,60 Mio.)

Stichproben

Reichweitenstudie

n=5.538 in 2019 + n=11.339 in 2016

CAWI: n=5.038 Erhoben im Partner-Panel Cint, repräsentativ für die Onliner 14 Jahre +

CAPI: n=500 F-to-F-Interviews im HH der Befragten (randomisierte Quote)

Disproportionale Quoten

Entscheider (n=500) 50% Interviews in Städten mit mehr als 500 Tsd. Einwohnern
20% in Städten mit 100 Tsd. bis 500 Tsd. Einwohnern
30% kleinere Städte mit unter 100 Tsd. Einwohnern

F-to-F-Interviews zur Ermittlung der Werbemittelreichweiten

n=12.680 an über 100 Standorten von 9 Touchpoints

Feldzeit

CAWI: 03.05.–06.06.2016 / 02.08.–21.08.2019

CAPI: 28.04.–25.05.2016 / 08.08.–26.08.2019

Tracking: 23.05.–13.06.2016 / November 2018 – ongoing

Feldinstitute

2016: GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG, Wiesbaden

2019: GIK Gesellschaft für innovative Medienforschung mbH, Wiesbaden

Gewichtung

Gewichtung/Reproportionalisierung nach Vorgaben der MA 2018 Radio II
(Bundesland, Alter, Geschlecht, Berufstätigkeit, Schulbildung, Haushaltsgröße, Kinder im Haushalt,
politische Ortsgröße, 16 spez. Städte)

Herausgeber

Digital Media Institute, München



Sie wollen mehr erfahren?

Gerne informieren wir Sie individuell über Ihre
Planungsmöglichkeiten mit DOOH.
Weitere Informationen finden Sie unter
www.dmi-org.com

D M I

DIGITAL MEDIA INSTITUTE