

## Studie

# Ambient Media

Fliehen ist zwecklos – Sie werden von Ambient Media umstellt! So könnte die Losung lauten, denn Ambient Media, der kleine flinke Ableger der großen Mutter Außenwerbung, überrascht Sie an ungewöhnlichen Orten mit extravaganten Werbeflächen. So zum Beispiel als großflächiges Werbetransparent an Kränen, Baugerüsten oder Binnenschiffen oder im kleineren Format als Werbeposter auf öffentlichen Toiletten, dem bisher letzten Refugium kontemplativer Einkehr.

### Bekanntheit von Ambient Media

Ambient Media gehört zu den weniger bekannten Trends (Platz 12 von 16). Etwa ein Fünftel der Befragten kann mit dem Begriff nichts anfangen; 38 Prozent ist das Marketingkonzept Ambient Media gut bekannt.



### Wichtigkeit von Ambient Media

Ambient Media ist laut Einschätzung der Befragten einer der weniger wichtigen Trends. Nur acht Prozent der Befragten geben an, dass Ambient Medien während der kommenden drei Jahre für sie ein sehr wichtiges Marketingtool sein wird. Somit liegt Ambient Media vor Ethno-Marketing an vorletzter Stelle in Hinsicht auf die Wichtigkeit, die die Befragten diesem Konzept beigemessen haben. Deutliche Unterschiede gibt es zwischen Führungskräften im Industriegüterbereich (B2B) und denen im Konsumgüterbereich (B2C): Während fast 50 Prozent der Befragten aus B2C-Unternehmen Ambient Media tendenziell eher wichtig finden, so sind dies im B2B Bereich nur 25 Prozent, also gerade mal die Hälfte.



## Ziele von Ambient Media

Mit Ambient Media werden vor allem drei Ziele verfolgt: die Kundenakquisition (45 Prozent), die positive Beeinflussung des Images (21 Prozent) und die Steigerung des Umsatzes (19 Prozent); Kommunikationsziele (10 Prozent) und Kundenbindung (5 Prozent) spielen eine eher untergeordnete Rolle.

