



WIRTSCHAFTSBLAU

life
lives
here.



Werbekampagne mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/16644-2110-1001

Pendeln gehört zu unserem Leben

An 3 bis 4 Tagen pro
Woche wird für viele
das Büro zum Ziel

69 %

NETTO
4 + TAGE





**50% der Büro-Angestellten
sitzen dafür durchschnittlich
40 Minuten im Öffentlichen
Nahverkehr.**

Jene, die nur weniger als 20 Minuten benötigen, sind
deutlich positiver gestimmt. (Ist aber nur ein Viertel).

NÄCHSTER HALT: ECN

Beim Pendeln und im Büro sind wir unterschiedlich gestimmt

Beinflusst das die Wahrnehmung von und das Vertrauen in Werbespots, die auf den ECN-Bildschirmen laufen?

NÄCHSTER HALT:ECN

Stimmung macht den Unterschied

Das belegen diverse Studien:

- Markenvorlieben sind stärker wenn sich Menschen wohlfühlen (Batra 1990)
- Glücklichere Zielgruppen erinnern sich besser an Werbebotschaften (Bronner 2007)
- Positiv gestimmte Menschen kaufen eher ein beworbenes Produkt (Hearst UK 2019)



**Wir haben deutsche Büro-Pendler nach ihrer
Stimmung befragt und das herausgefunden:**

NÄCHSTER HALT: ECN

NÄCHSTER HALT: ECN

Die Stimmung im Büro unterscheidet sich erheblich von der während des Pendelns



← Negativ

Positiv →

Mindset

unaufmerksam

aufmerksam

NÄCHSTER HALT: ECN

Im Büro sind Pendler
aufmerksamer
+61%



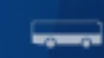
NÄCHSTER HALT: ECN

14:59

Hauptbahnhof

POWERED BY
RMV

ABFAHRTSZEITEN

ABFAHRT	LINIE	ZIEL	GLEIS
14:58 +13 min	ICE 576	Hamburg-Altona	8
15:03 +5 min	Tram 17	Neu-Isenburg Stadtgrenze	
15:06 +3 min	Tram 11	Schießhüttenstraße	
15:09 pünktlich	U U4	Bockenheimer Warte	-
15:09 +1 min	Tram 16	Offenbach (Main) Stadtgrenze	
15:09 pünktlich	Tram 17	Rebstockbad	
15:09 pünktlich	Bus 64	Baseler Platz	

Das erhöht die Wahrscheinlichkeit
der **Wahrnehmung** von
Bildschirmen um

+34%

Im Büro sind Menschen

positiver

+24%



ECN 16:39

10°
REGEN

WETTER		10°C
PROGNOSE		
MITTWOCH	10°C	5°C
DONNERSTAG	16°C	8°C
FREITAG	13°C	9°C
SAMSTAG	10°C	2°C

Klimaneutral Werbung
ClimatePartner.com/96644-290-001

Das steigert die Wahrscheinlichkeit
des Handelns nach einem
Werbemittelkontakt um

22%

Im Büro sind Pendler
energetischer
+60%

NÄCHSTER HALT: ECN



10°
BEWÖLKT

WETTER		10°C
PROGNOSE		
DONNERSTAG	9°C 6°C	
FREITAG	8°C 0°C	
SAMSTAG	7°C 3°C	
SONNTAG	8°C 7°C	

Klimaneutral Werbung
ClimatePartner.com/76644-2110-1001

Das steigert die Wahrscheinlichkeit
des **Handelns nach** einem
Werbemittelkontakt um

22%

Unsere Zielgruppe
hält ECN-Content
für nützlich
75%



Hauptbahnhof			
ABFAHRTSZEITEN			
ABFAHRT	LINIE	ZIEL	GLEIS
14:58 +13 min	ICE 576	Hamburg-Altona	8
15:03 +5 min	Tram 17	Neu-Isenburg Stadtgrenze	
15:06 +3 min	Tram 11	Schießhüttenstraße	
15:09 pünktlich	U4	Bockenheimer Warte	-
15:09 +1 min	Tram 16	Offenbach (Main) Stadtgrenze	
15:09 pünktlich	Tram 17	Rebstockbad	
15:09 pünktlich	Bus 64	Baseler Platz	

die dazwischengeschaltete Werbung wird
für glaubwürdiger als auf anderen OoH
Screens erachtet

+56%

höhere
Vertrauenswürdigkeit

+35%

höhere
Kreativität

+24%

mehr
ansprechend

NÄCHSTER HALT: ECN



Im Büroumfeld sind Menschen kommunikativer

Es ist ein sozialer Ort, der zum Austausch und Handeln animiert. action.

38%



Mit Kollegen/
Freunden
darüber
gesprachen

27%



Website
aufgerufen

21%



Sociale Medien
der Marke/ des
Werbetreibers
angeschaut

21%



Daraus
resultierend
etwas gekauft

20%



Onlinesuche über
den Werbetreibers
getätigt

15%



QR-Code mit
dem Handy
gescannt

8%



Den
nächstgelegenen
Standort der Marke
besucht

6%



Den
nächstgelegenen
Standort der Marke
online nachgeschaut

M A S S N A H M E N N A C H G E S E H E N E R W E R B U N G

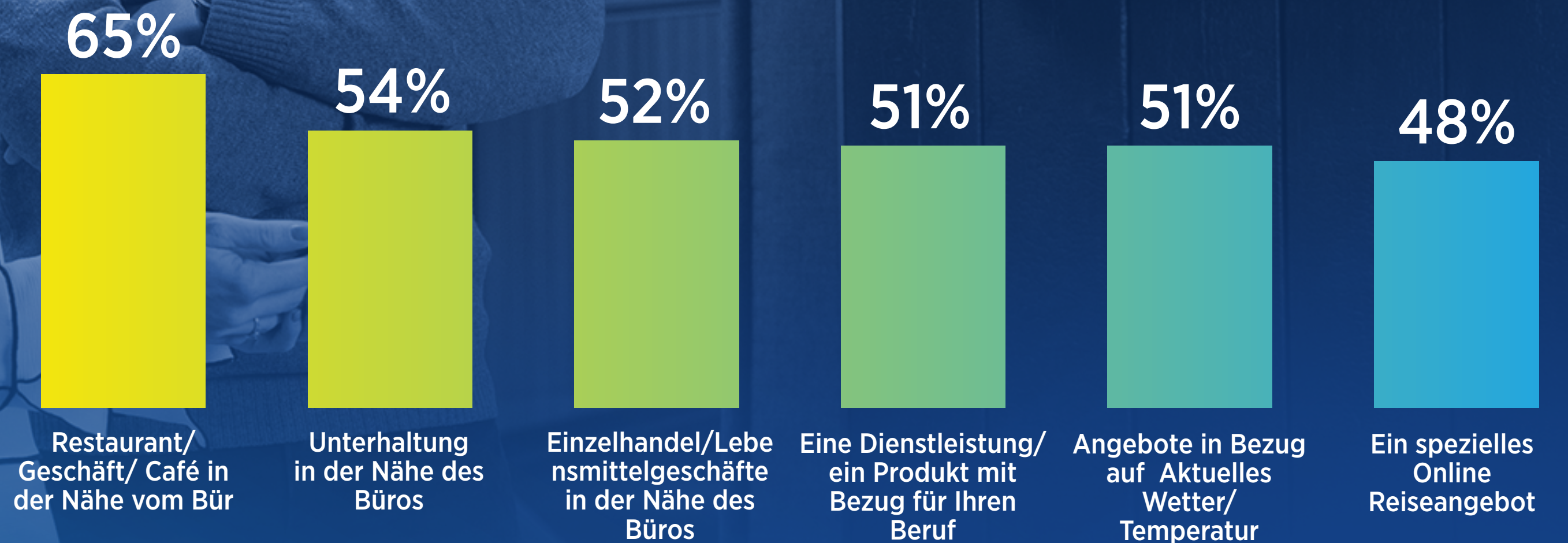
66%

haben in irgendeiner
Form reagiert nachdem
sie ECN Werbung
gesehen haben

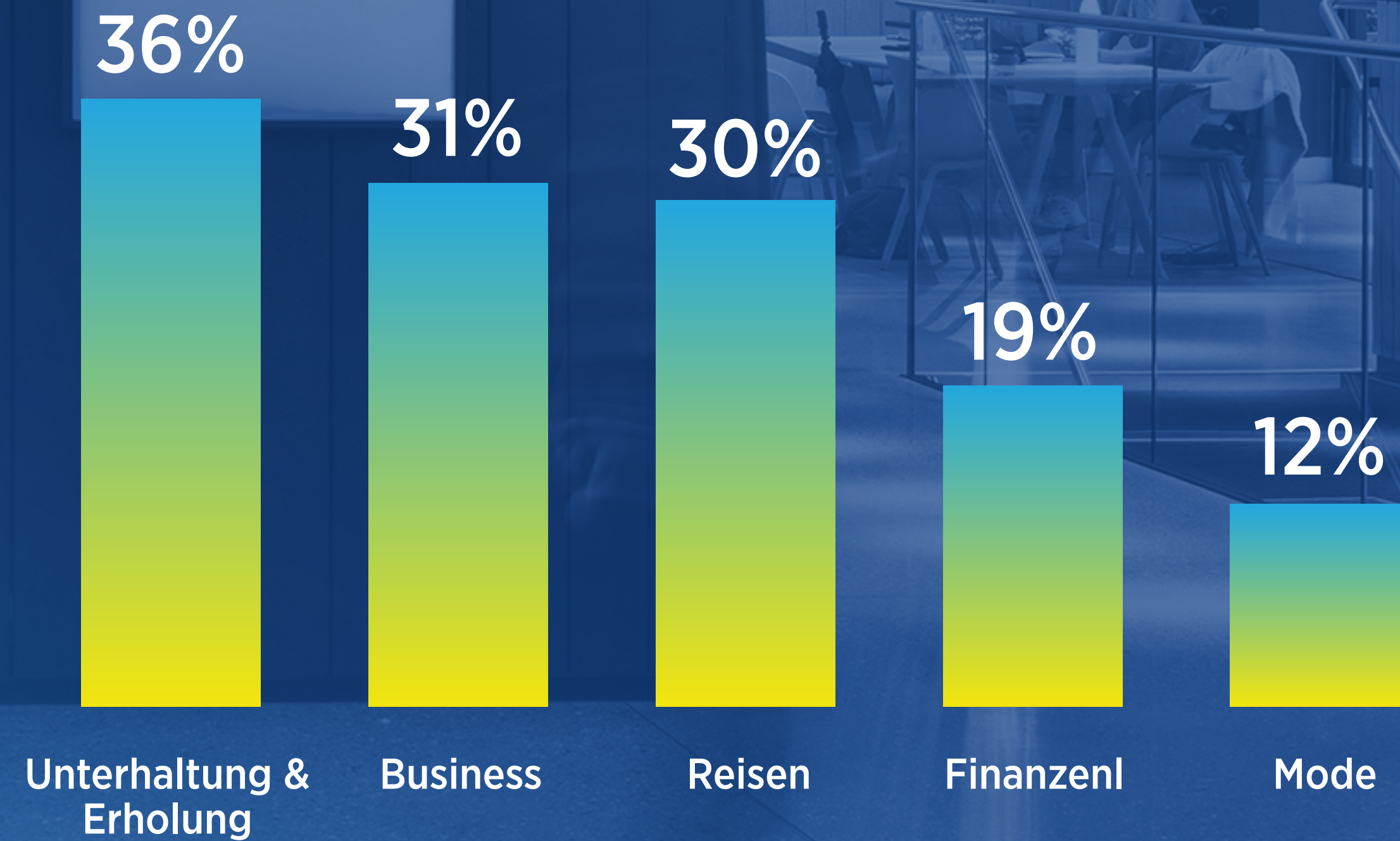


WAHRSCHEINLICHKEIT ETWAS ZU UNTERNEHMEN NACH GESEHENER WERBUNG AUF ECN BILDSCHIRM

Wenn die Werbebotschaft
zum Umfeld passt, reagieren
Büropendler **positiv** auf
Marken- und Kaufbotschaften.



**"Im Büro-Umfeld sind
unterschiedlichste B2B- und
B2C-Werbe-Botschaften
willkommen und akzeptiert"**



NÄCHSTER HALT: ECN

For brands wanting to reach commuters during their working day, ECN delivers a more receptive audience

1. Im Büro fühlen sich Menschen positiver, aufmerksamer und energetischer
2. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Werbung wahrgenommen und darauf reagiert wird
3. Werbung auf den ECN-Bildschirmen wird als vertrauenswürdiger, informativer und relevanter wahrgenommen

ECN
life
lives
here.

ExecutiveChannelNetwork.com



ECN 14:59

Hauptbahnhof POWERED BY RMV

ABFAHRTSZEITEN

ABFAHRT	LINIE	ZIEL	GLEIS
14:58 +13 min	ICE 576	Hamburg-Altona	8
15:03 +5 min	Tram 17	Neu-Isenburg Stadtgrenze	
15:06 +3 min	Tram 11	Schießhüttenstraße	
15:09 pünktlich	U4	Bockenheimer Warte	-
15:09 +1 min	Tram 16	Offenbach (Main) Stadtgrenze	
15:09 pünktlich	Tram 17	Rebstockbad	
15:09 pünktlich	Bus 64	Baseler Platz	



Werbekampagne mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/16644-2110-1001