

# Brandheisse Resultate: Werbebeachtungsstudie 2022.

---

Werbung in Tram und Bus schmeckt.



## Studiendesign

- **Auftraggeber:** Verkehrsbetriebe Zürich VBZ
- **Zielsetzung:** Erhebung von Werbebeachtung und -leistung der Verkehrsmittelwerbung
- **Zielgruppe:** Fahrgäste und Passantinnen/Passanten im Umfeld ausgewählter VBZ-Haltestellen (Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Zürich sowie Pendlerinnen und Pendler)
- **Stichprobengrösse:** 599 Personen
- **Befragungsmethode:** persönliche Befragung
- **Befragungszeitraum:** 17.10. bis 04.11.2022
- Durchgeführt von DemoSCOPE

### Ihr Supplement.

Auf Wunsch präsentieren wir Ihnen die ganze Studie und beantworten Ihre konkreten Fragen. Rufen Sie uns einfach an, wir sind gerne für Sie da: 044 411 47 00.

## Breite Akzeptanz – beste Resonanz.

Die traditionell hohe Beachtung und Akzeptanz von Werbung in Trams und Bussen der VBZ bleibt herausragend. Gegenüber der letzten Studie (2018) ist die Akzeptanz sogar noch leicht gestiegen. Und im Vergleich aller abgefragten Medien und Werbeorte erzielt Verkehrsmittelwerbung die höchsten Zustimmungswerte.

Auf den folgenden Seiten finden Sie wichtige Ergebnisse der Studie. Die brennend heissen Erkenntnisse im Überblick:

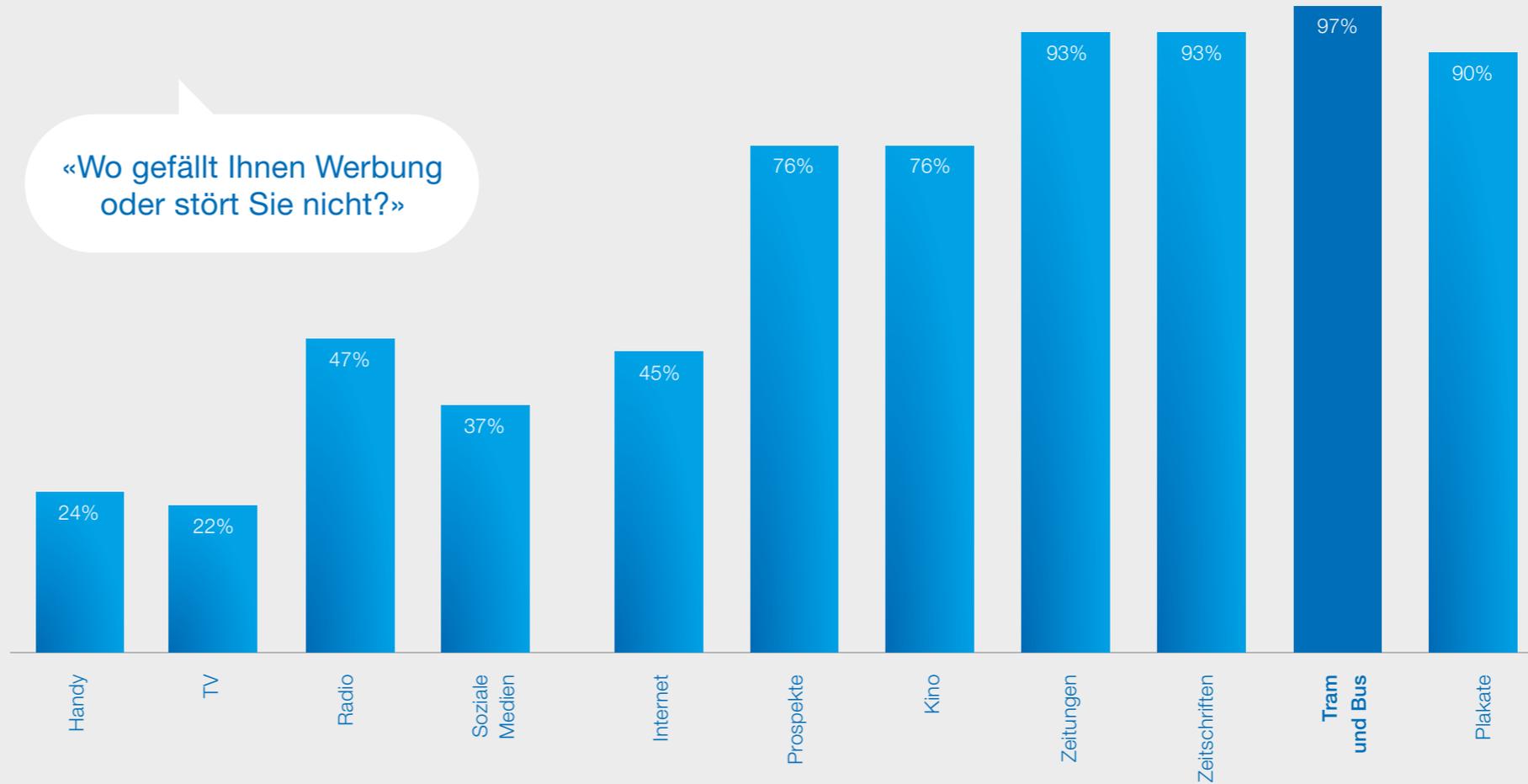
- 97% der Befragten stören sich nicht an Werbung in den Fahrzeugen der VBZ – ein absoluter Spitzenwert.
- Alle Formen von Aussenwerbung erzielen hohe Akzeptanzwerte und auch Werbung im Innenraum kommt gut an.
- Die besonders auffällige Vollbemalung erzielt nicht nur bei der Akzeptanz, sondern auch hinsichtlich der Erinnerung sehr gute Werte und ist die spontan am häufigsten genannte Werbeform.
- Die höchste gestützte Bekanntheit aller Werbeformen weisen Fensterkleber auf, gefolgt von Hängekartons, Vollbemalung, Dach- und Heckwerbung.

Akzeptanz der Werbung allgemein

## Mit uns fährt Ihre Werbung am besten.

Trams und Busse transportieren Ihre Botschaft optimal. Hier gefällt sie 97% der Befragten bzw. stört sie nicht. Damit ist Werbung auf Verkehrsmitteln die am besten akzeptierte Form aller abgefragten Medien und Werbeorte.

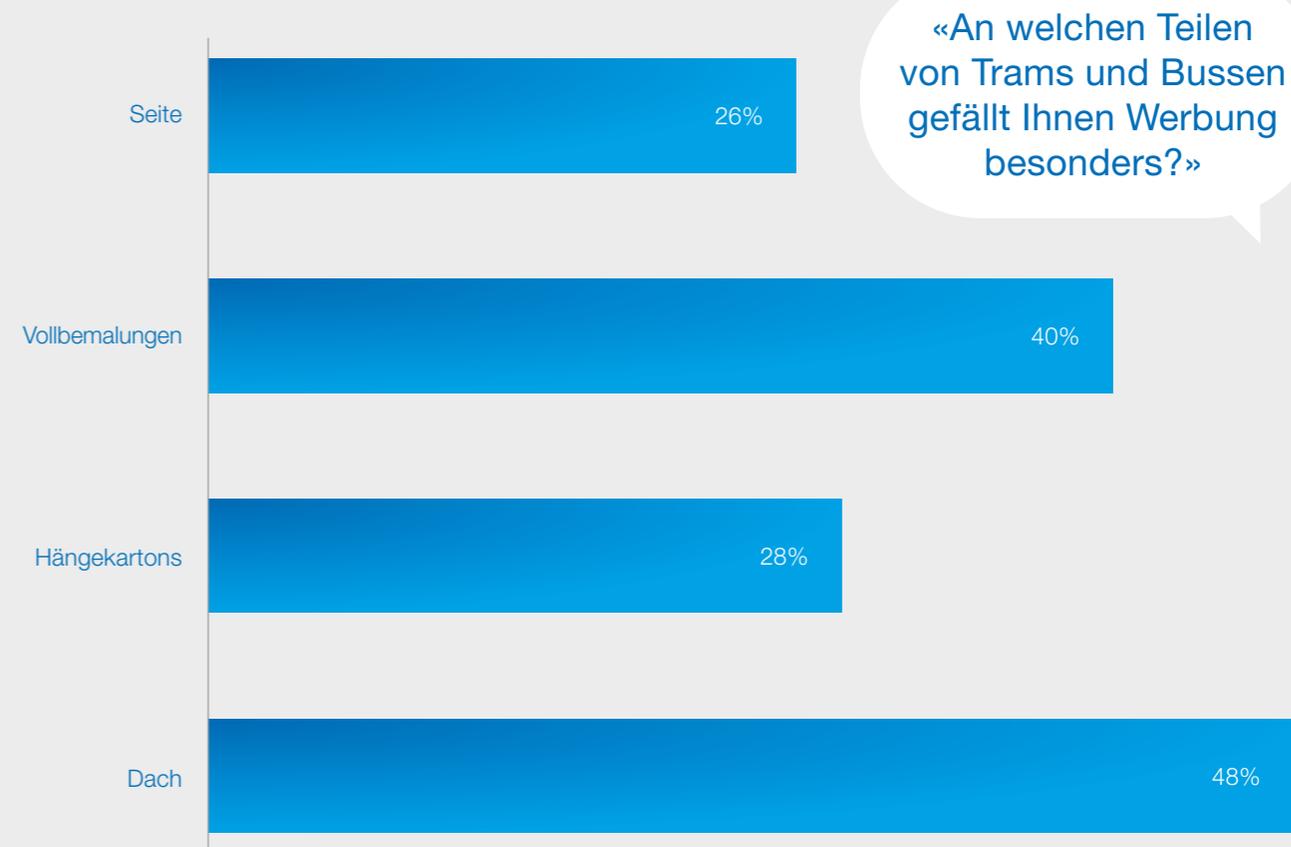
Deutlich weniger Anklang finden Online-werbung und Auftritte in sozialen Medien, in Radio und TV. Hier liegen die Werte klar im negativen Bereich.



Akzeptanz der Werbung bei den VBZ

## Mobile Werbung, die bestens gefällt.

Ob innen oder aussen: Den Zürcherinnen und Zürchern gefällt Werbung in Tram und Bus. Ihre Botschaft ist zum Beispiel auf Hängekartons, auf dem Tramdach oder am Busheck mit unseren Fahrzeugen unterwegs. In ganz Zürich und von frühmorgens bis spät in die Nacht.



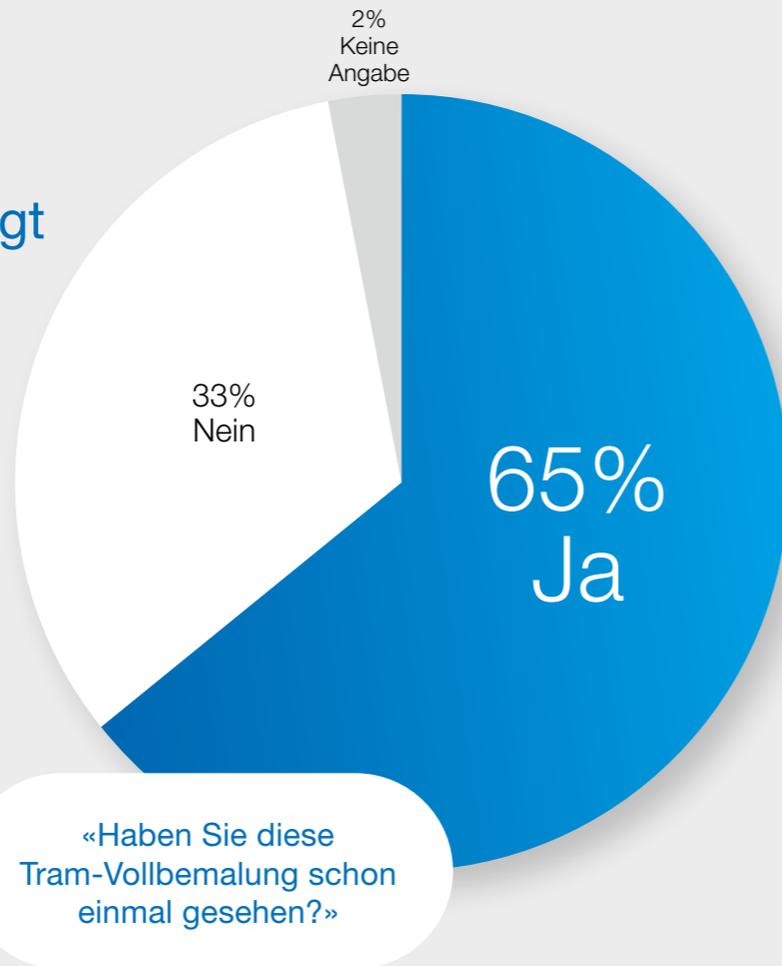
## Tram-Vollbemalungen

# Tram-Vollbemalung bringt Ihre Werbung in Fahrt.

Ein ganzes Tram mit Ihrer Werbung zu bemalen, ist sehr aufmerksamkeitsstark und wirkt nachhaltig:

Rund zwei Drittel der Befragten erinnern sich gestützt an die Tram-Vollbemalung der Krankenkasse Assura – und das bereits nach 5 Wochen Kampagnenlaufzeit. Andere Auftritte erreichen über die Zeit ähnliche Werte.

70% finden die Tram-Vollbemalung ansprechend. Und das Beste: Mit dieser Werbeform erreichen Sie zusätzlich zu den Fahrgästen der VBZ auch viele andere Menschen, an denen das Tram auf seiner Fahrt durch Zürich vorbeifährt.



Tram-Vollbemalung «Assura»

Tram-Vollbemalungen

## Ein individuelles Tram für Ihren Auftritt.

Fahren Sie mit Ihrer Marke im grossen Stil vor. Ein vollbemaltes Tram wird rasch zu einem Teil im Stadtbild und es bleibt in der Erinnerung der Menschen besonders gut haften – die Erinnerung an gewisse Auftritte ist auch nach Jahren noch präsent.



Tram-Vollbemalung «Zoo Zürich»

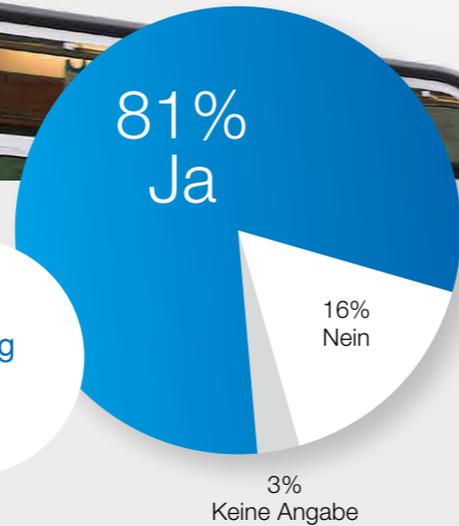


Tram-Dachwerbung

## Weit oben in der Gunst des Publikums.

Dachwerbung auf dem Tram sehen alle – die Fahrgäste, aber auch die Passantinnen und Passanten an den Haltestellen oder am Strassenrand. Das zeigen die hohen Beachtungswerte mit Erinnerungsquoten von bis zu über 80%. Diese Resultate hängen naturgemäss von der Werbedauer und der Anzahl eingesetzter Fahrzeuge ab.

«Haben Sie diese Tram-Dachwerbung schon einmal gesehen?»



Spricht das Sujet Sie an?



Tram-Dachwerbung «Sprüngli»

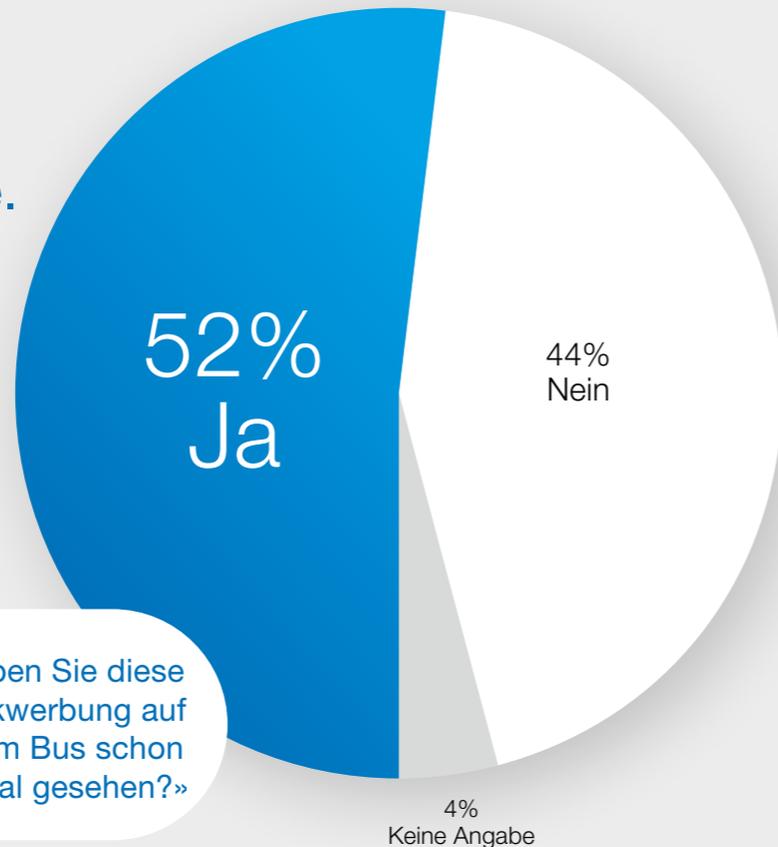
## Heckwerbung

# Werbung ganz hinten platziert sich weit vorne.

Heckwerbung richtet sich an die Fahrgäste und an alle, die dem Bus hinterherfahren – mit dem Velo oder dem Auto.

Wie stark sie beachtet wird, zeigt dieser Wert: Über die Hälfte der Befragten haben die Werbung für Bauhaus schon gesehen und kann sich daran erinnern. Und auch bei der Anmutung punktet die Heckwerbung: Sogar 54% der Befragten hat das Sujet angesprochen.

«Haben Sie diese Heckwerbung auf einem Bus schon einmal gesehen?»



Heckwerbung «Bauhaus»

«Spricht das Sujet Sie an?»

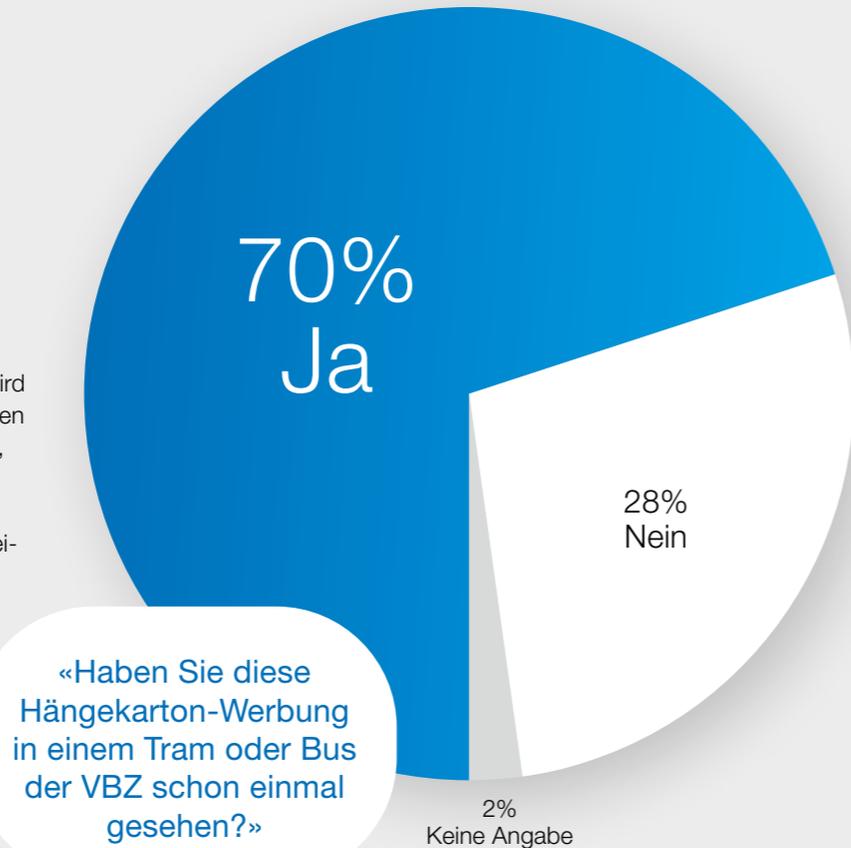


Hängekarton

## Werbung, die hängen bleibt.

Auch Innenwerbung in Trams und Bussen wird sehr gut beachtet. Bei einer durchschnittlichen Fahrzeit von 5 Minuten bleibt genügend Zeit, Ihre Botschaft aufzunehmen.

Hängekartons sind wahre Hingucker und bleiben im Kopf.



Hängekarton  
«ewz»

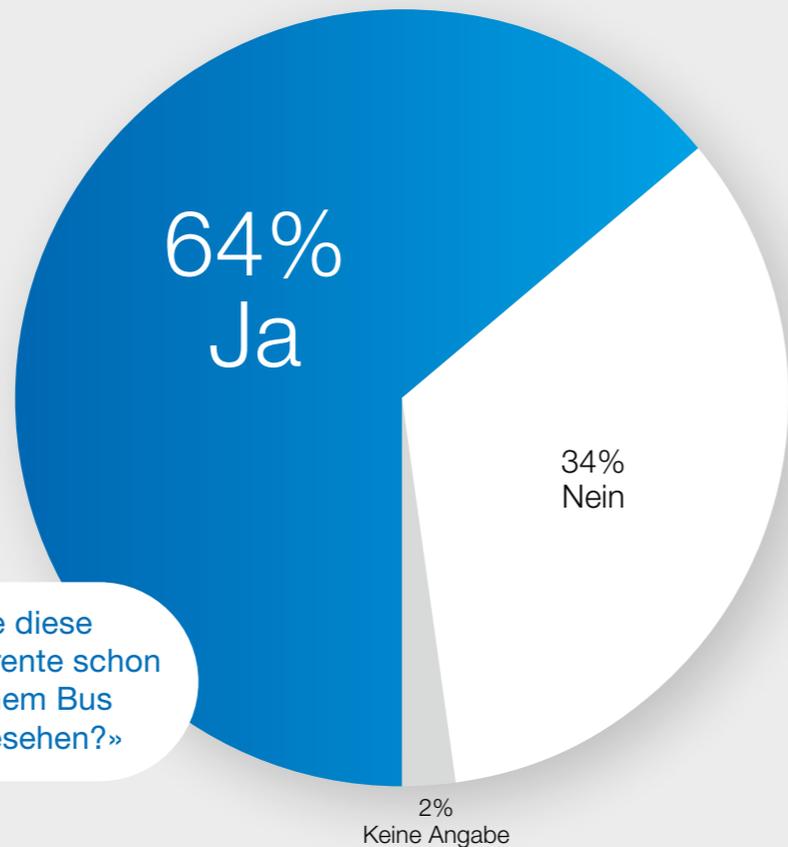


Fenstertransparente

## Werbung am Fenster bleibt haften.

Auf Fensterklebern erzielt Ihre Kampagne hohe Aufmerksamkeit und erreicht sehr gute Erinnerungswerte. Rund zwei Drittel der Befragten hatten das gezeigte Sujet noch im Kopf. Und 64% fanden es ansprechend.

«Haben Sie diese Fenstertransparente schon einmal in einem Bus oder Tram gesehen?»



Fenstertransparent  
«Sister Äct»

«Spricht das  
Sujet Sie an?»





**VBZ TrafficMedia**  
Luggwegstrasse 65  
8048 Zürich

Telefon 044 411 47 00  
trafficmedia@vbz.ch  
www.vbz.ch/trafficmedia