



Danmarks højeste dækning



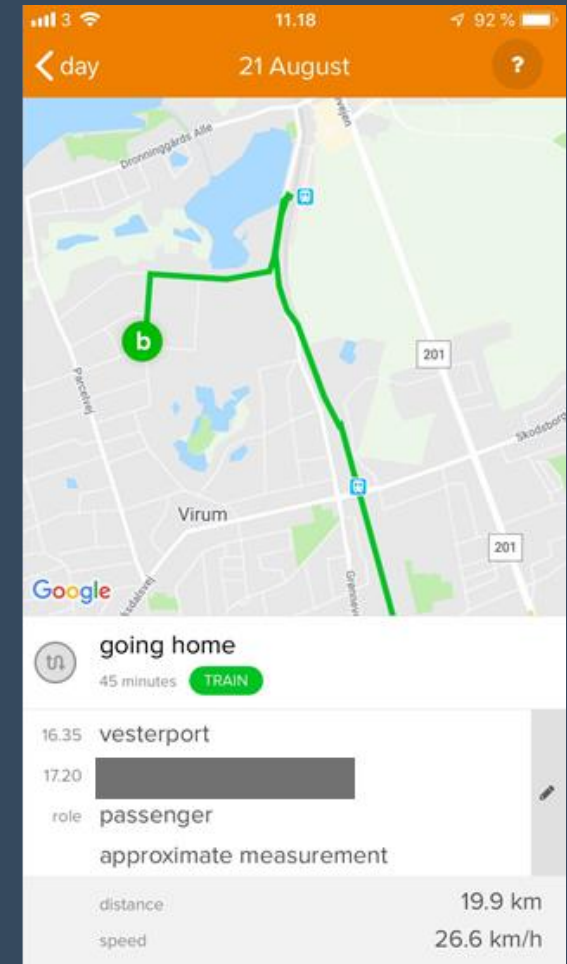
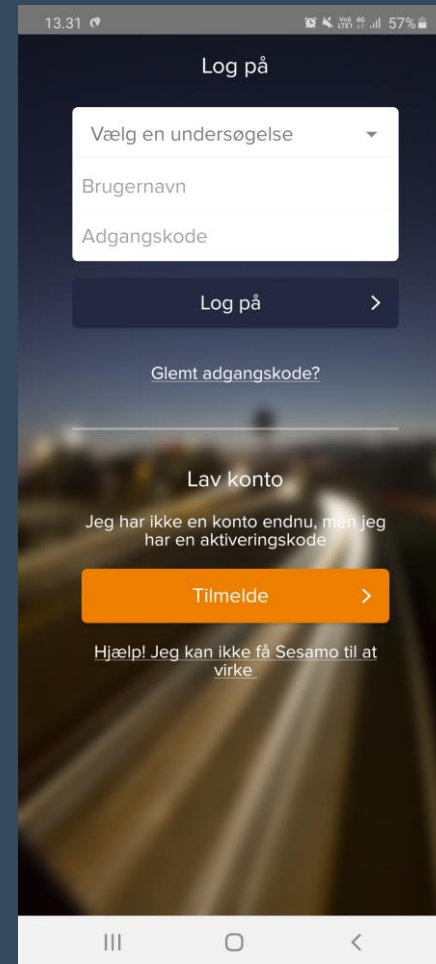
- Rejsevaneundersøgelsen danner baggrund for data i Index Danmark/Gallup
- 2020 undersøgelsen bygger på principperne fra AFA JCDecaux' Rejsevaneundersøgelsen fra 2012
- Metoden er udviklet af Kantar Gallup og AFA JCDecaux
- AFA JCDecaux har fået målt byudstyr og Malls i 2020 undersøgelsen





2020 undersøgelsen:

- 1.983 respondenter
- Målgruppe: Personer 15-70 år
- App var installeret på alle respondenteres mobiltelefon
- Antal måledage: 13.800
- VAC* benyttet i overensstemmelse med ESOMAR guidelines



* VAC står for Visibility adjusted Contact og er en international standard, der trækkes ned over hvert enkelt stykke udstyr for at vurdere kvaliteten af placeringen/eksponeringen.



Der er et markant løft i dækningen i forhold til den tidligere Rejsevaneundersøgelse, fordi:

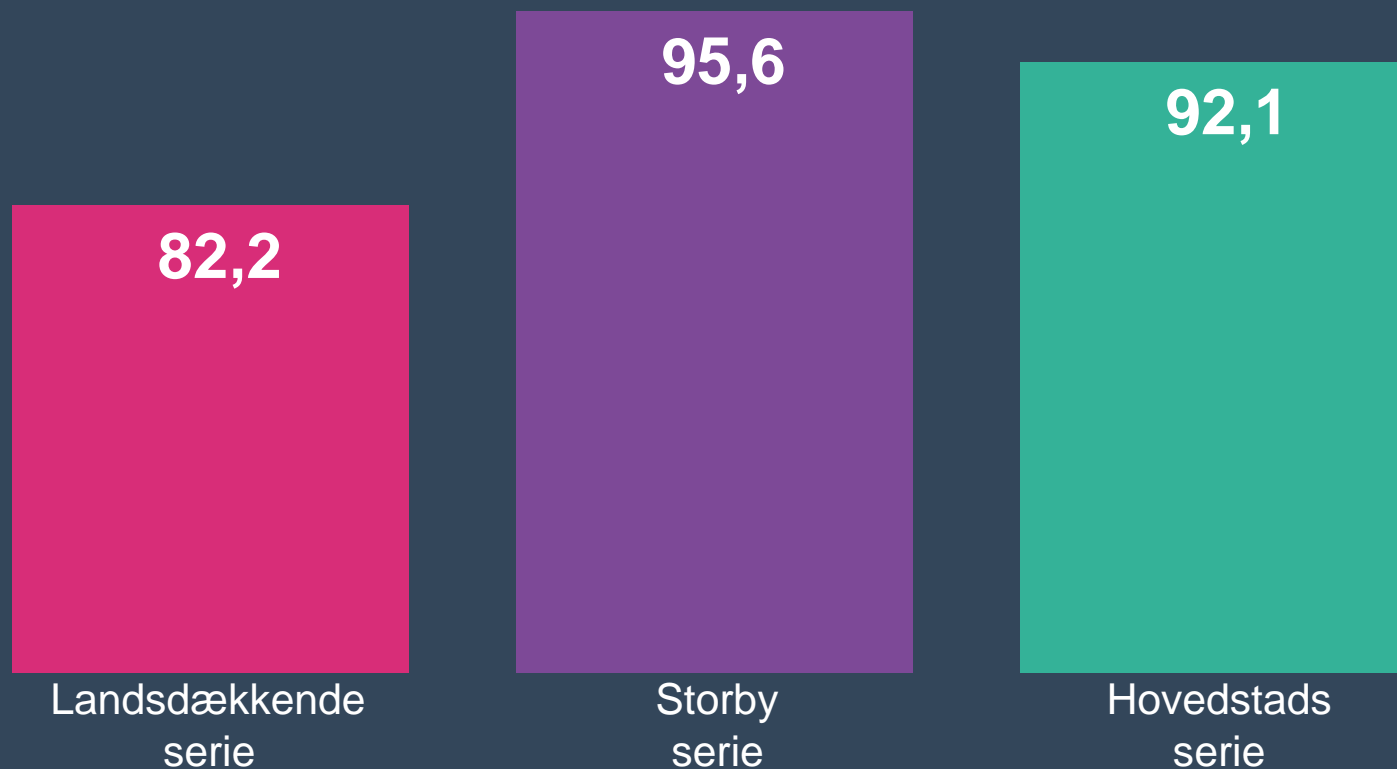
- Det er en mere præcis måling
- App måler helt ned til 1 cm nøjagtighed
- Der er flere måledage
- Der er foregået migration fra land til by

Reklamepaneler har Danmarks højeste dækning



Nettodækning i % målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 59 år

Nettodækning i %

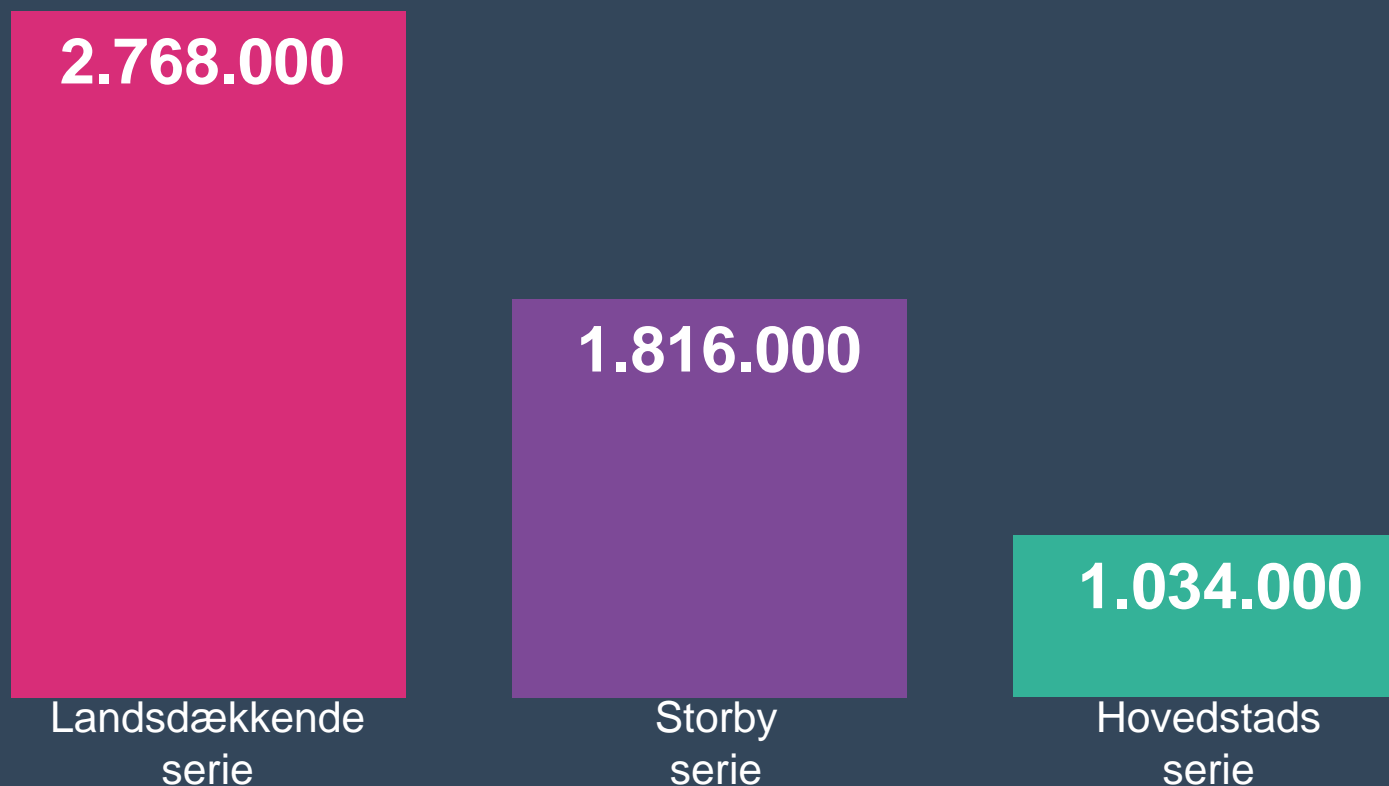


Reklamepaneler har Danmarks højeste dækning



Nettodækning i personer målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 59 år

Nettodækning i personer

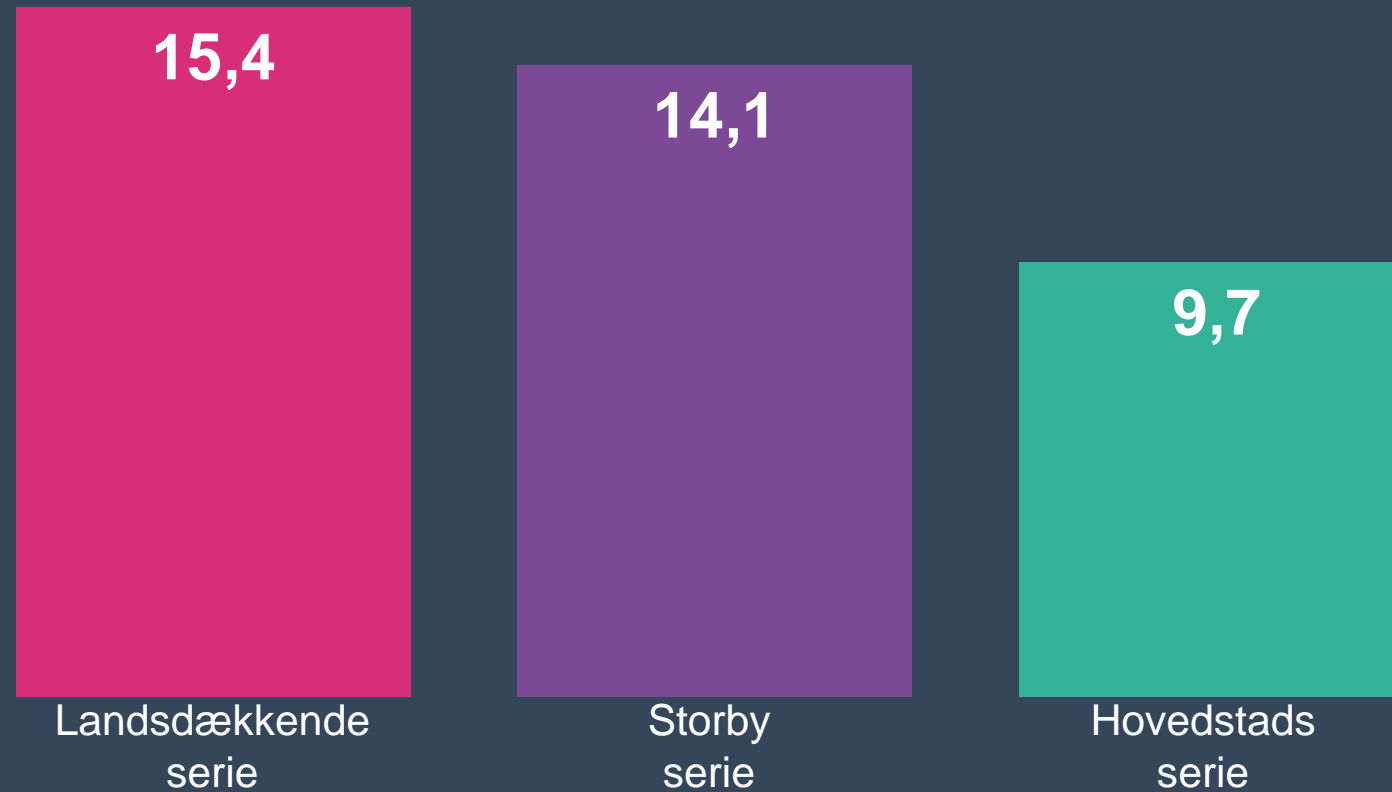


Reklamepaneler har Danmarks højeste frekvens



Frekvens målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 59 år

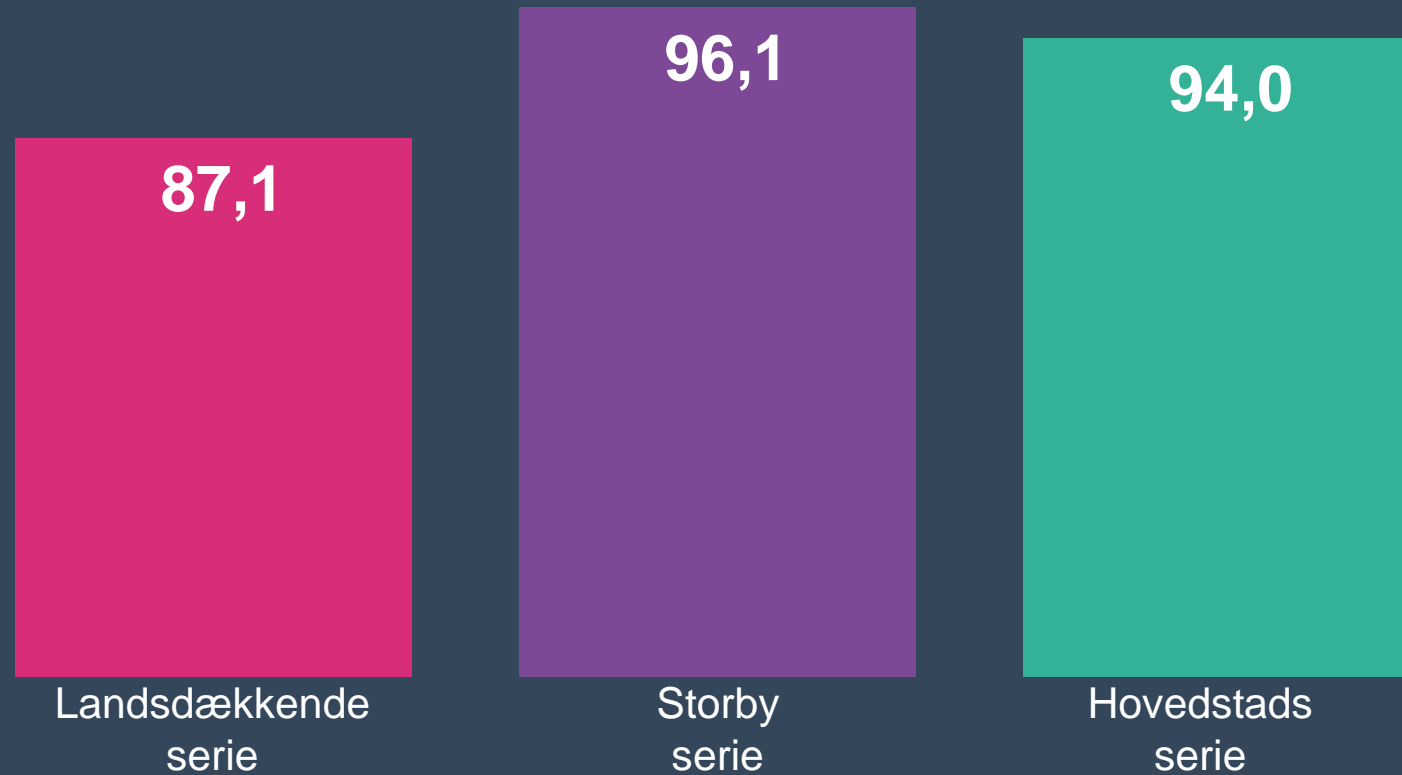
Frekvens





Nettodækning i % målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 29 år

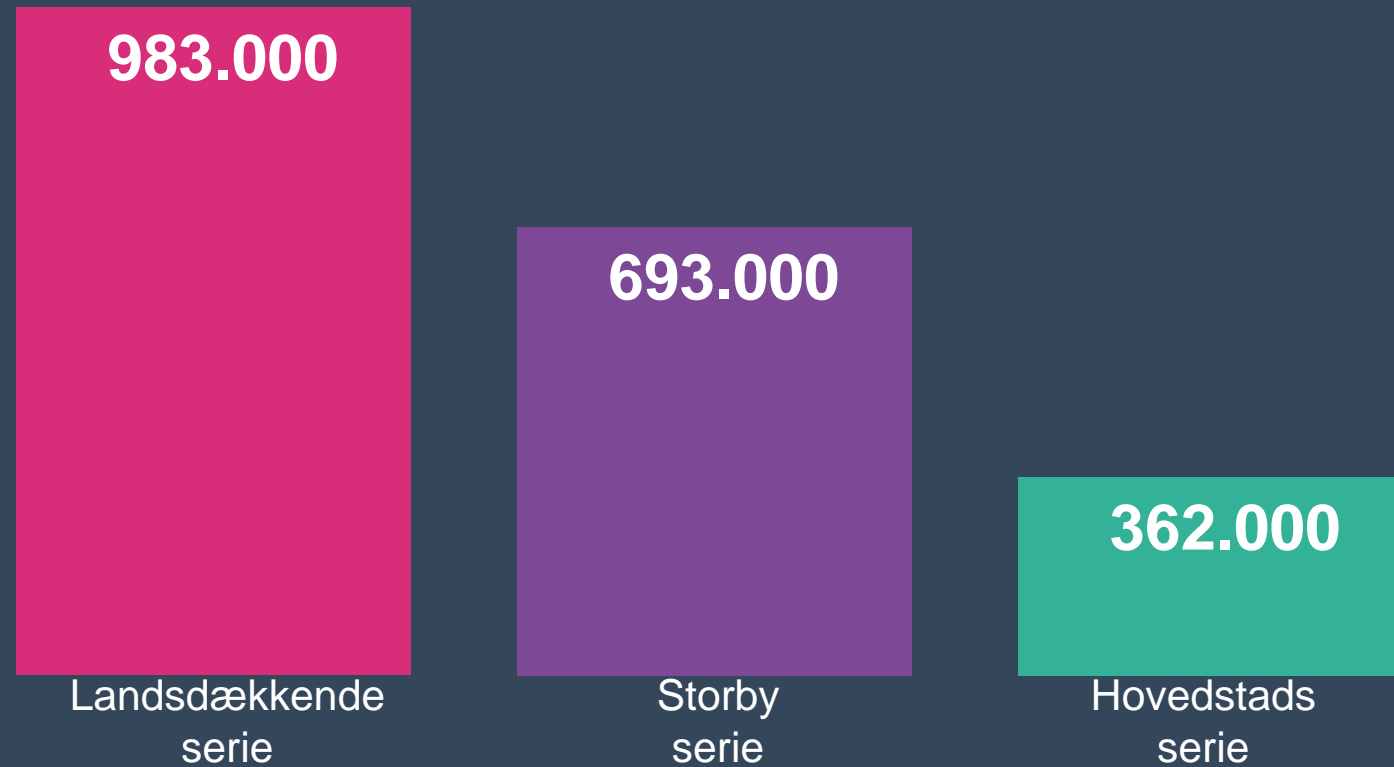
Nettodækning i %





Nettodækning i personer målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 29 år

Nettodækning i personer

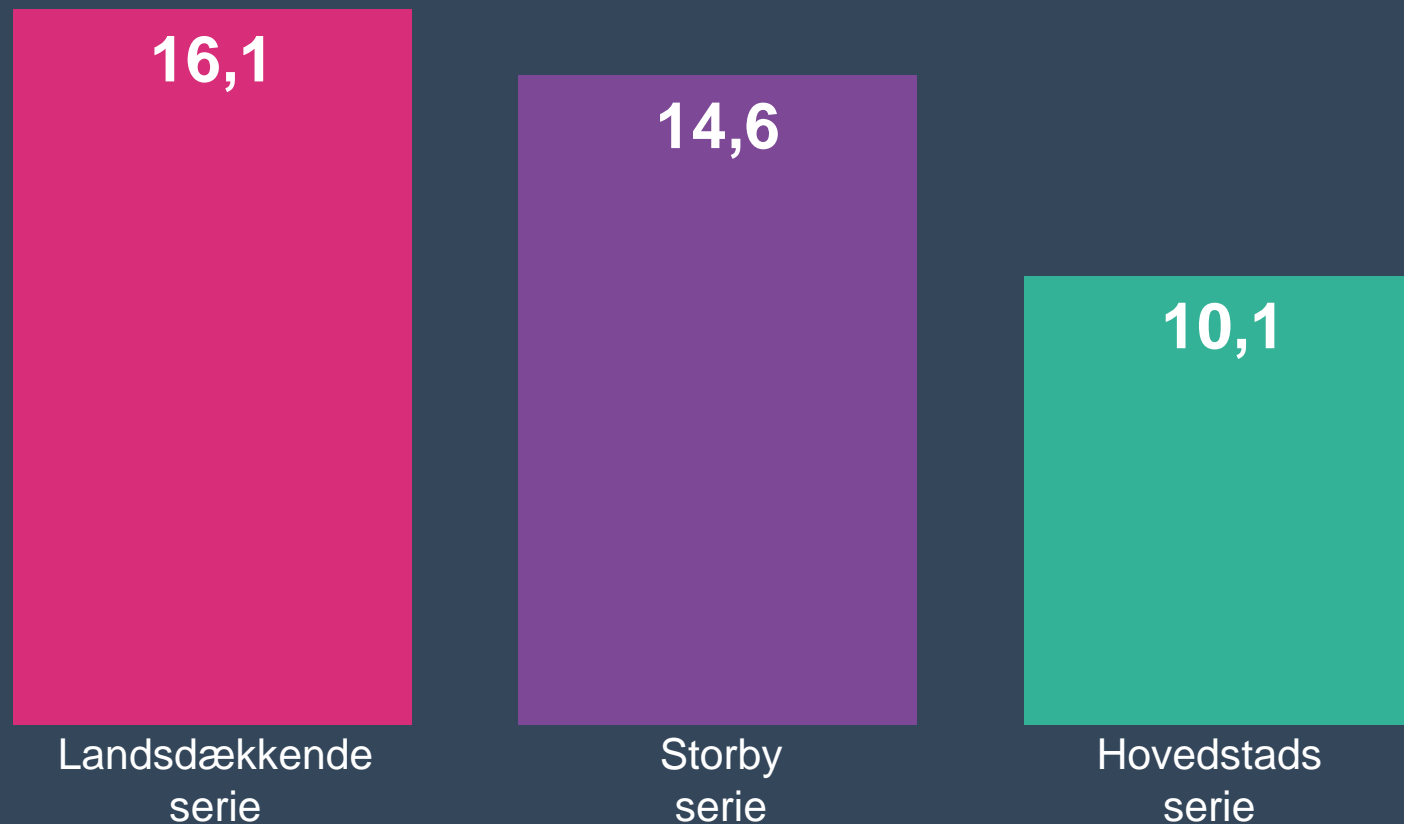


Reklamepaneler har den højeste frekvens for de unge



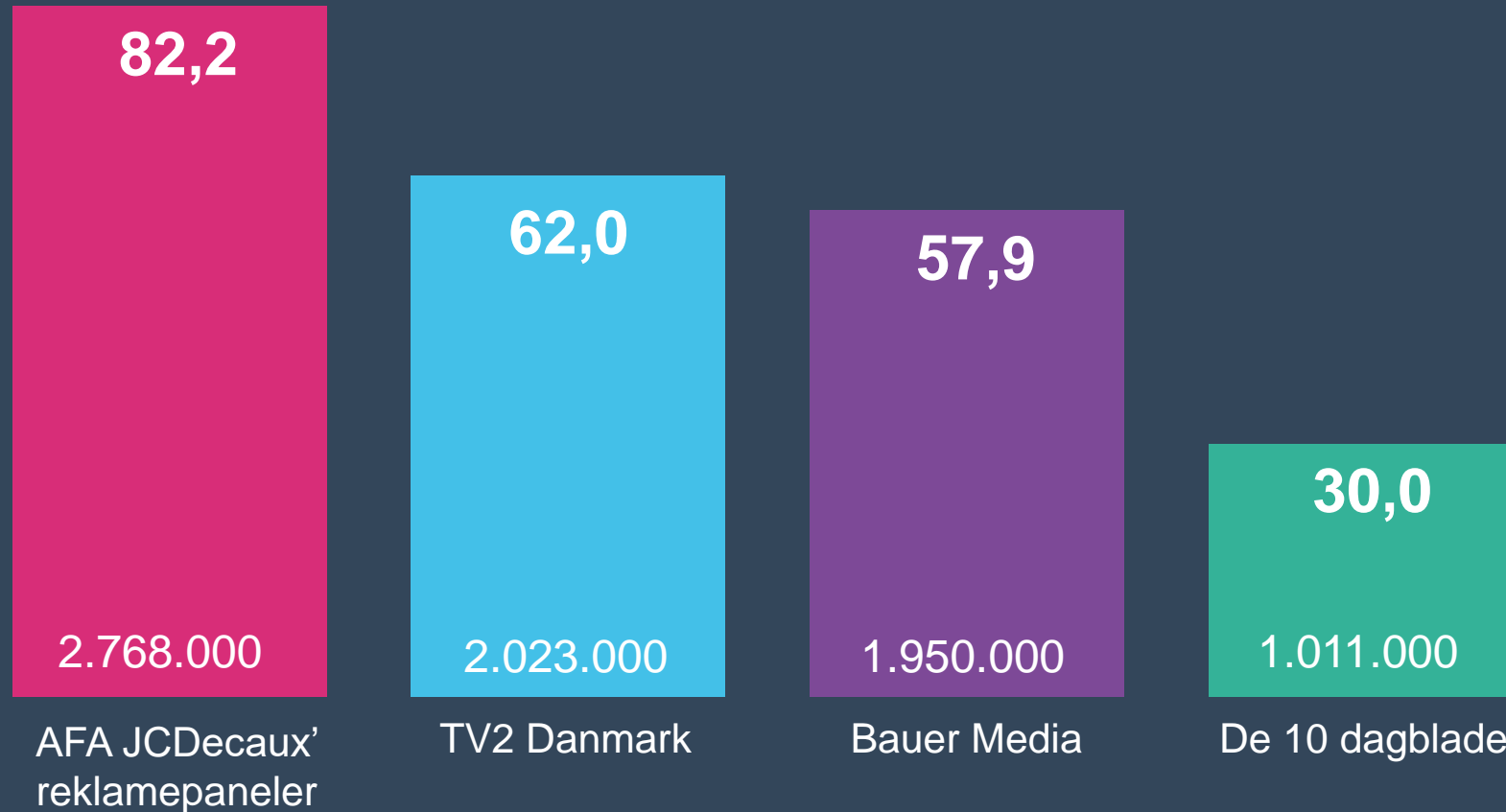
Frekvens målt i hhv. nationalt, storby og hovedstadsuniverser, Personer 15 – 29 år

Frekvens



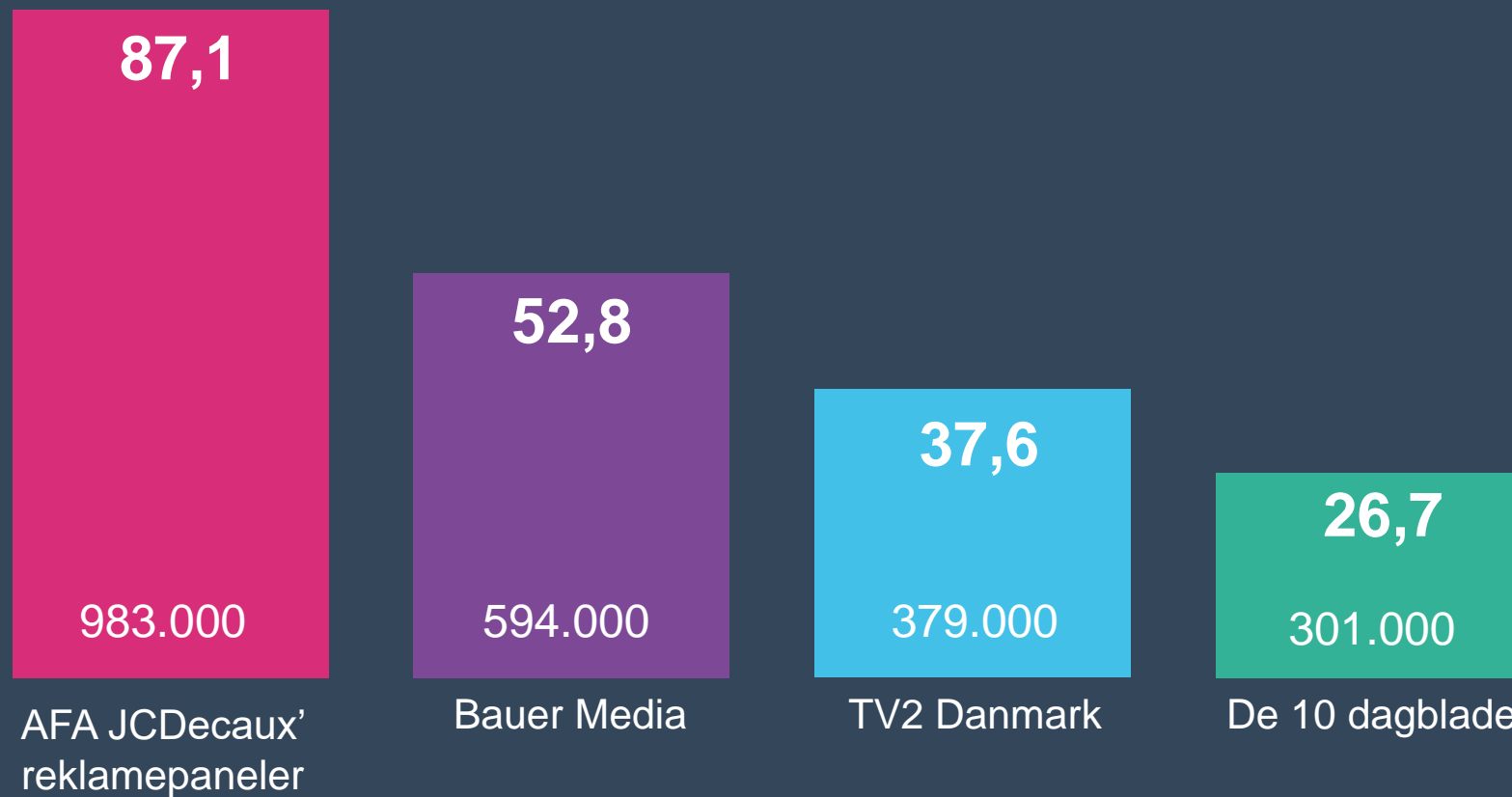


Nettodækning i %





Nettodækning i %





Premium Retail

Ram forbrugeren lige før indkøbsøjeblikket



Reklamebudskabet eksponeres på:

- Butiksfacader
- Parkeringsarealer
- Buslæskærme i kørselsretning

Reklamebudskabet:

- Er højst 200 m fra butik*



*Premium Retail placeringer ved Bilka er max 500 m. fra butik



- Bilka
- Rema 1000
- Fakta
- Føtex
- Kwickly
- Meny
- SuperBrugsen



Alle retail-kæder*

Dækker **72%** af de 15-59 årige,
svarende til **2,4 mio. personer**

Frekvens på **5,3**

I alt **13 mio. eksponeringer**
på en uge





SuperBrugsen / Kvickly / Fakta

Dækker **56%** af de 15-59 årige,
svarende til **1,9 mio. personer**

Frekvens på **4**

I alt **7,7 mio. eksponeringer**
på en uge



SuperBrugsen / Kvickly

Dækker **39%** af de 15-59 årige,
svarende til **1,3 mio. personer**

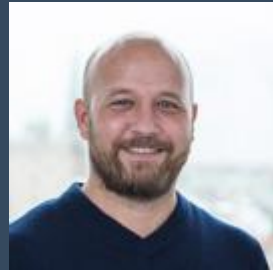
Frekvens på **2,6**

I alt **3,4 mio. eksponeringer**
på en uge





Har du spørgsmål eller ønsker til særkørsler fra Index Danmark/Gallup, så ring til:



**Morten Winther,
Team Manager Analysis & Insights**

26 30 39 65



**Pernille Højte Sørensen,
Insights Consultant**

26 30 39 85