



**Print. Neu. Denken.**

# PRINT. NEU. DENKEN.

ONLINEBEFRAGUNG ZUR AKZEPTANZ VON PRINT



**SIMIO**  
Analyse | Digitalisierung | Beratung



Machen Sie mit unter: <https://simio-analyse.de/de/printneudenken>

# Facts & Figures

priint Group



Trusted by more than 500  
worldwide customers



+100 worldwide solution partners  
and vendors



+70 employees with 50% working  
in development & quality  
management



High domain experience

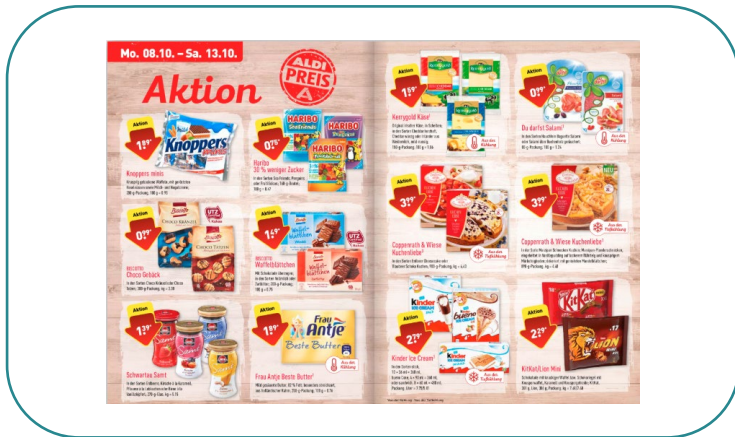


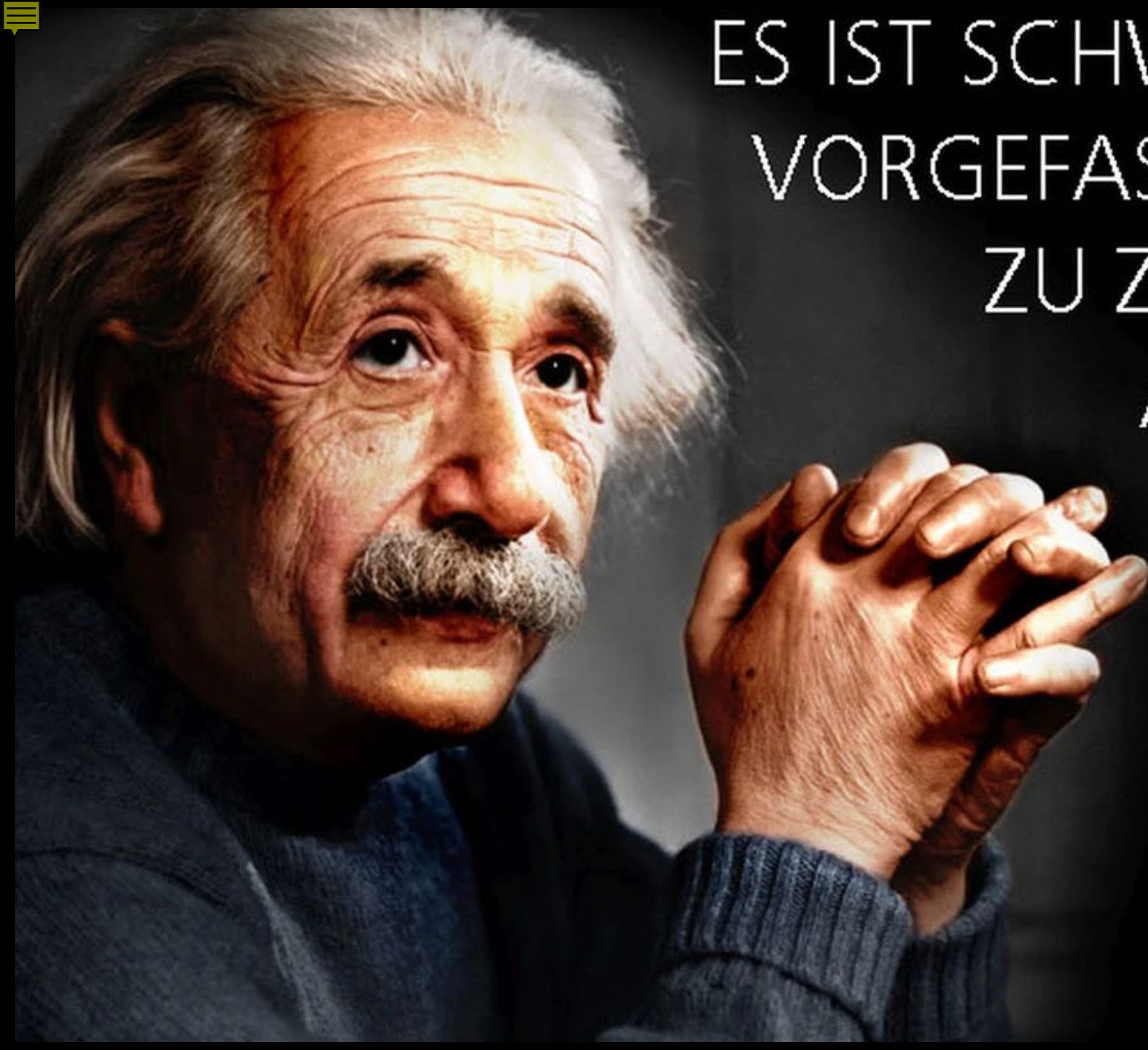
priint America, priint France,  
WERK II (D-A-CH), priint Poland,  
priint Japan, priint Vietnam



Hidden champion

# Wie setzen unsere Kunden print ein?





ES IST SCHWIERIGER, EINE  
VORGEFASSTE MEINUNG  
ZU ZERTRÜMMERN  
ALS EIN ATOM.

- Albert Einstein -

# „Das Smartphone ist **Schaltzentrale** des digitalen Alltags und **Mittelpunkt** des persönlichen Entertainments“

...sagen 74 % der 18- bis 29-Jährigen und 69 % der 30- bis 49-Jährigen



**80 %**

der 18- bis 49-Jährigen bestätigen, dass das Smartphone in immer mehr Lebensbereiche des Alltags Einzug erhält

## Menschen nutzen ihr Smartphone, um Wartezeiten zu überbrücken

18- bis 29-Jährige **77 %**

30- bis 49-Jährige **67 %**

## und sich unterhalten zu lassen

18- bis 29-Jährige **71 %**

30- bis 49-Jährige **53 %**



## Das Smartphone ist immer und überall „on“

Tägliche Nutzung im Durchschnitt/Tag

**2,1 Std.**



Jeder Vierte der 18- bis 29-jährigen ist länger als 4 Stunden täglich online

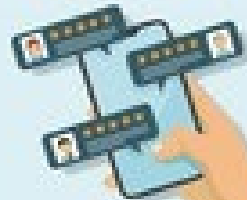
## Mobiler Begleiter



4 von 5 der 18- bis 29-Jährigen und jeder Zweite der 30- bis 49-Jährigen nutzen das Smartphone in Bus und Bahn

## Schnelle Reaktion – Teilen „on the go“

Jeder Zweite antwortet innerhalb von 5 Minuten auf eine Nachricht



**86 %**

der Befragten teilen ihre digitalen Erlebnisse, Fotos oder Videos direkt von unterwegs über

**73 %** Messenger-Apps

**52 %** Facebook & Instagram

**29 %** E-Mail

**18 %** SMS

## Smartphone als Second-Screen

Regelmäßig während des Fernsehens

18- bis 29-Jährige **57 %**

30- bis 49-Jährige **50 %**



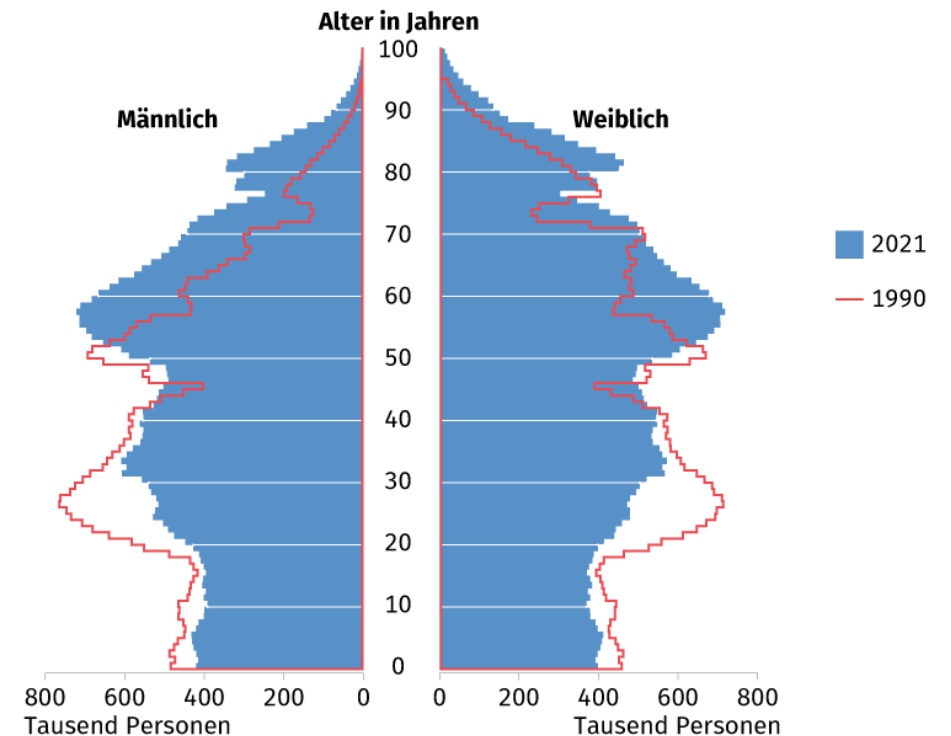
# Demografischer Wandel / Mediennutzung

## Thesen



- Die „traditionellen“ Benutzer bleiben lange relevant
- Die Mediennutzung von jungen und alten Benutzern ist unterschiedlich
- Für alle Benutzer jeden Alters gibt es einen digitalen und einen analogen Alltag
- Die Nutzung von Endgeräten (Mediendevices) und Touchpoint wird vielfältiger und diverser
- Die Digitale Aufmerksamkeit-Spanne wird immer kürzer

**Altersaufbau der Bevölkerung 2021**  
im Vergleich zu 1990



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2022



**Digital and traditional channels**  
CMOs need to adapt an integrated, channel-agnostic, hybrid approach to marketing activation

- Gartner CMO Leadership Vision



# PRINT. NEU. DENKEN.

ONLINEBEFRAGUNG ZUR AKZEPTANZ VON PRINT



**SIMIO**  
Analyse | Digitalisierung | Beratung



Machen Sie mit unter: <https://simio-analyse.de/de/printneudenken>



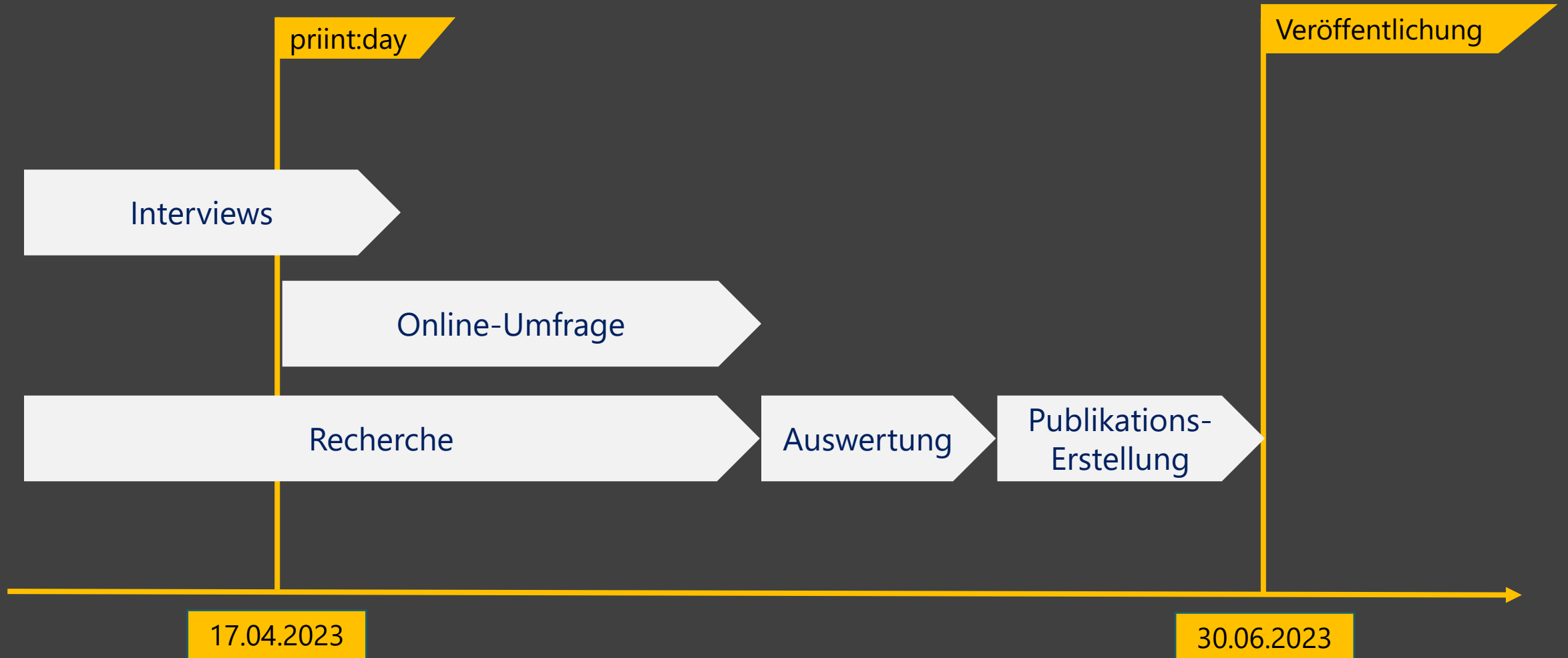
# Content am Bedarf des Kunden entwickeln!





**Bedarfsorientierter  
Druck zahlt auch  
auf Klimaziele ein!**

# Das Studien-Design







# PRINT. NEU. DENKEN.

ONLINEBEFRAGUNG ZUR AKZEPTANZ VON PRINT



**SIMIO**  
Analyse | Digitalisierung | Beratung



Machen Sie mit unter: <https://simio-analyse.de/de/printneudenken>

priint Americas | priint Germany | priint France | priint Japan | priint Poland



priint

[www.priint.com](http://www.priint.com)

