

Erweiterungen am SPR+ Expert im Rahmen von MobNat:

Usergroupsitzung

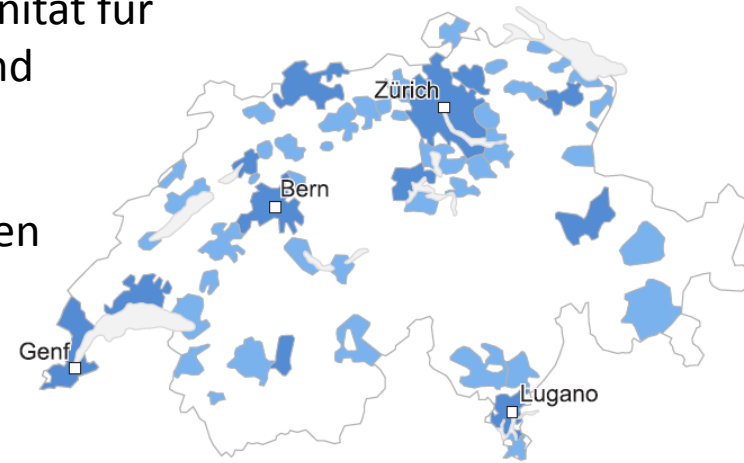
SPR+, Zürich

Oktober 2013

Felix H. Mende, Swiss Poster Research Plus AG

Was liefert SPR+ bisher?

- VAC Kontakte pro Fläche
- Kampagnenreichweiten, OTS, GRP, TKP, CPP und Affinität für 21 Tage und Soziodemografie für 3 Altersgruppen und Geschlecht
- Leistungswerte für alle 55 Schweizer Agglomerationen
- SPR+ Expert Studio: Kampagnen-Simulationstool
- SPR+ Expert Planning: Kampagnen-Planungstool
- Einschaltpläne, Leistungs-, Kosten- und Flächenübersicht auf Knopfdruck
- OOH Leistungsdaten für das Cross Media Tool MA Strategy Basic



Aufgaben von MobNat



- Umsetzung eines „State-of-the-Art“ Konzeptes zur Leistungswertberechnung von Einzelflächen und Kampagnen
- Aktualisierung des Mobilitätsverhaltens der Bevölkerung
- Nationale Planbarkeit: Es soll die ganze Schweiz abdecken und zukünftig Plakatflächen in allen Landesteilen mit Leistungswerten ausstatten können
- Lancierungstermin: tba



Für diese Aufgaben müssen weitere Datenquellen hinzugezogen werden!

Einbindung des Marktes

- Die MobNat Erweiterungen des bestehenden SPR+ Konzeptes wurden durch SPR+ konzipiert und 2010 in einem Piloten getestet
- Das SPR+ Forschungskonzept erfüllt mit der MobNat Erweiterung auch weiterhin die Global Guidelines on Out-of-Home Audience Measurement
- APG|SGA entschied im Oktober 2011 die Umsetzung von MobNat zu finanzieren
- Clear Channel Schweiz stimmte im Dezember 2011 dem von SPR+ vorgelegten MobNat Forschungskonzept vollumfänglich zu und finanziert die Umsetzung der MobNat Hauptstudie seit 2012 entsprechend dem Marktanteil
- Im Januar 2012 wurde das MobNat Konzept im SWA-ASA Jahresbericht erstmals einer breiten Öffentlichkeit ausführlich vorgestellt

Research Advisory Council SPR+



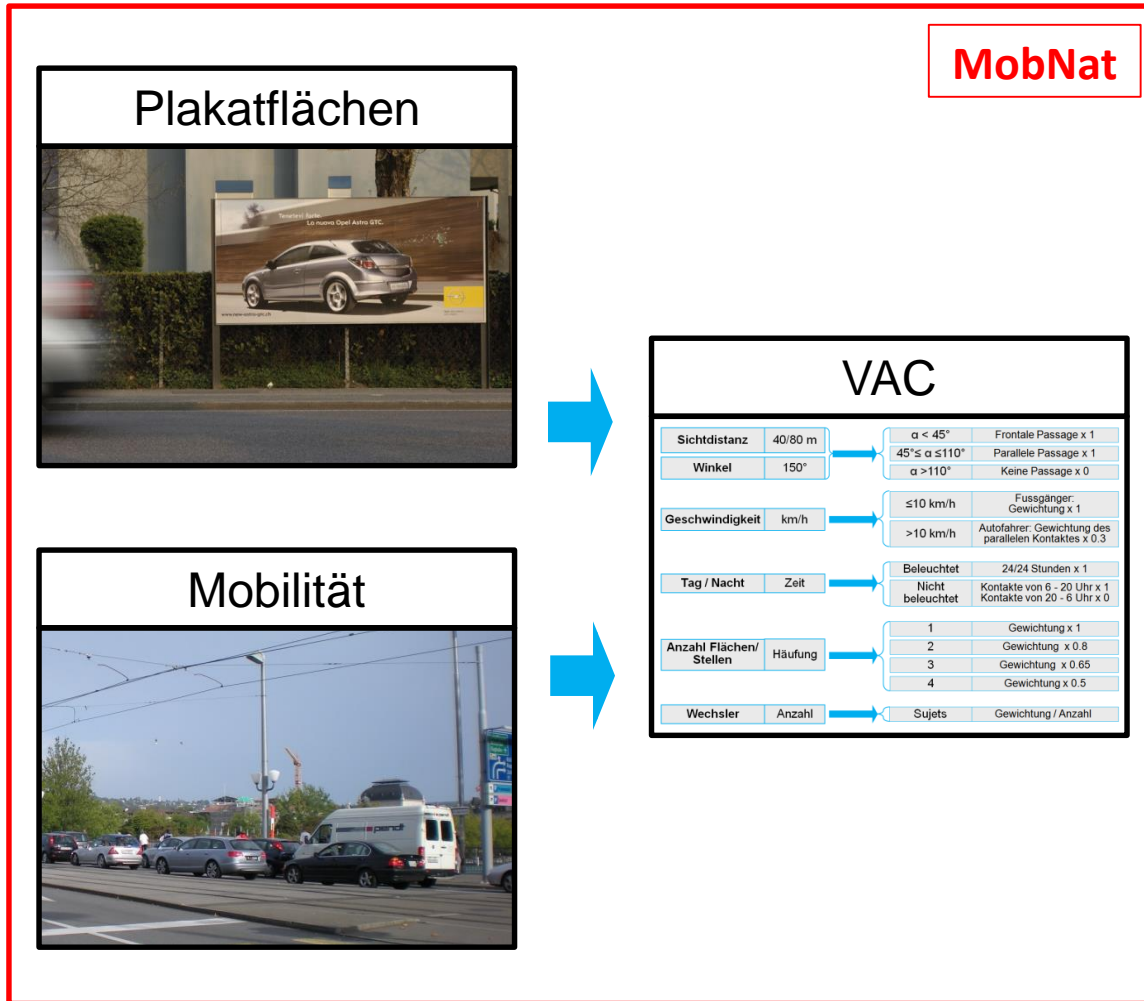
- Das Research Advisory Council hat das Konzept im März 2012 abgesegnet und den hohen Detaillierungsgrad im internationalen Vergleich begrüsst
 - Prof. Dr. Martial Pasquier, idheap
 - Markus Ehrle, APG|SGA
 - Stephan Küng, The whole Media AG
 - Philipp Marquard, Migros-Genossenschafts-Bund
 - Felix H. Mende, SPR+ AG
 - Georg Müller, GEFS (Suisse) AG
 - Jürg Siegrist, SWA-ASA
 - Urs Zeier, Clear Channel Schweiz AG
- Im April 2013 hat das RAC die möglichen planbaren Zielgruppen definiert
- SPR+ hat den Auftrag, die Erweiterungen, die im SPR+ Expert durch den neuen Detaillierungsgrad der Forschungsergebnisse möglich werden, mit Hilfe einer Usergroup auf Bedürfnisgerechtigkeit zu prüfen

Usergroup SPR+

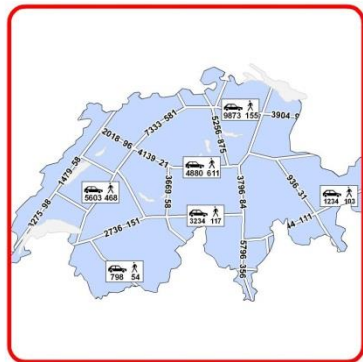


- Teilnehmende lizenzierte Out-of-Home Spezialisten:
 - JBW Media AG, Oliver Huber
 - Kinetic worldwide Switzerland ag, Kathrin Petrow
 - Mediakeys Swiss AG, Vincent Jäggi
 - mediatonic sa, Pascal Werlen
 - Omnicom Media Group Schweiz AG, Michael Sager
 - The whole Media AG, Stephan Küng
 - ZenithOptimedia AG, Désirée Wieser
 - ZipMedia GmbH, Jasmin Grubenmann
- Wir bitten Sie um Feedback, ob die durch MobNat ermöglichten Anpassungen im SPR+ Expert Ihren Bedürfnissen gerecht werden

Die 3 tragenden Komponenten der ooh Medialeistung



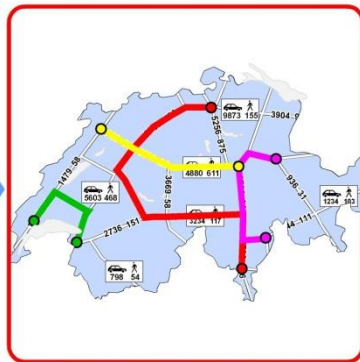
Die 3 MobNat Module und das SPR+ Expert



Nationaler Atlas

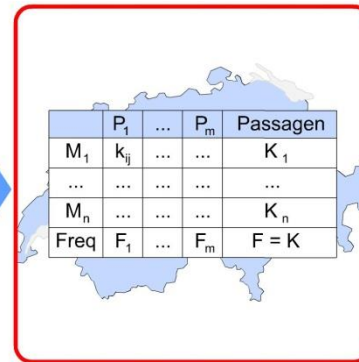
- Navteq Strassennetz
- Verkehrszählungen
- SPR+ Frequenz-zählungen

- Strukturdaten (Wohnen, Arbeit, etc.)
- Point of Interest (POI)



Nationales Wegemodell

- GPS Daten
- Mikrozensus
- Volkszählung



Wissensmatrix

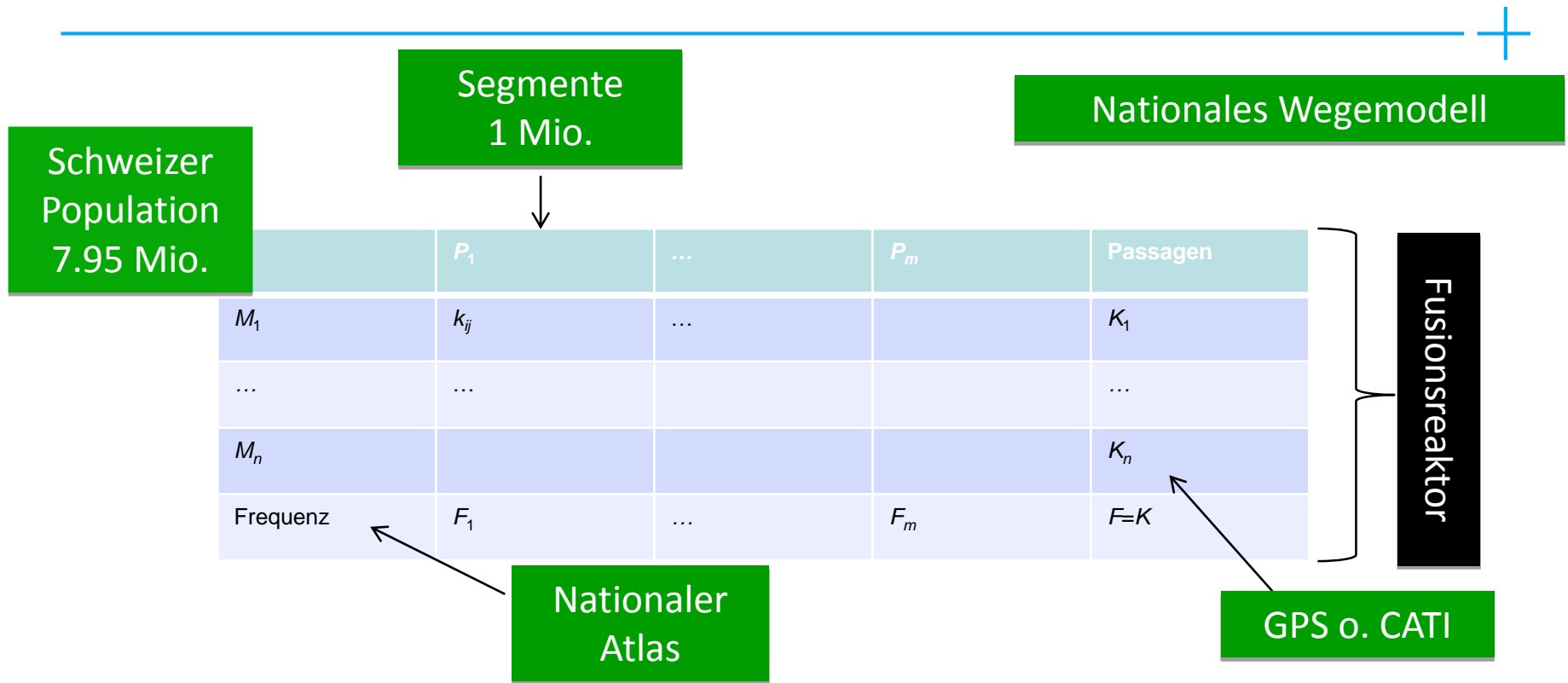
- Plakatdaten
- Mobilitätsverhalten
- Sichtbarkeit
- Kontaktwert-berechnung (VAC)
- Reichweitenbe-rechnung



SPR+ Expert

- VAC Kontaktwert pro Fläche
- Reichweite nach Kontaktklassen, OTS, GRP, TKP, CPP, Affinität für Plakatkampagnen

Wissensmatrix



- Konsistentes und stabiles Mobilitätsverhalten
- Bewahrt Gesamtabhängigkeiten und lokale Bedingungen
- Berechnet für alle geographischen Einheiten
- Nationaler Atlas ist der Anker für Bruttopassagen

VAC: Wahrscheinlichkeitsprozente



Sichtdistanz	40 Meter	}	$\alpha < 45^\circ$	Frontale Passage
Winkel	150°		$45^\circ \leq \alpha \leq 110^\circ$	Parallele Passage
			$\alpha > 110^\circ$	Keine Passage

Geschwindigkeit	km/h	}	≤ 10 km/h	Kontaktwahrscheinlichkeit = 100%
			> 10 km/h	Kontaktwahrscheinlichkeit von parallelen Passagen = 30%

Tag / Nacht	Zeit	}	Beleuchtet	24 Stunden Kontaktwahrscheinlichkeit = 100%
			Nicht beleuchtet	von 20:00 bis 6:00 Uhr Kontaktwahrscheinlichkeit = 0%

Anzahl Flächen	Häufung	}	1	Kontaktwahrscheinlichkeit = 100%
			2	Kontaktwahrscheinlichkeit = 80%
			3	Kontaktwahrscheinlichkeit = 65%
			4	Kontaktwahrscheinlichkeit = 50%

Wechsler	Anzahl	}	Anzahl Sujets	$Kw = 1 / \text{Anzahl} * 100$ in %

Vergleich bisheriges Konzept und MobNat



SPR+	SPR+ MobNat
Single Source Ansatz (GPS)	Multi Source Ansatz (Verkehrszählungen, GPS, Mikrozensus, Strukturdaten, etc.)
VEKTOR25 Strassenkarte von Swisstopo	NAVTEQ Kartennetz
Beachtungsraumverschnitt mit VEKTOR25 Gebäuden	Beachtungsraumverschnitt mit Puffer um Strassen und Gebäude
Gewichtungskriterien nach Kontaktdosen	Gewichtungskriterien nach Kontaktwahrscheinlichkeiten
Extrapolation in nicht gemessenen Agglomerationen	Keine Extrapolation (flächendeckendes Modell)
Extrapolation der Reichweite (14 und 21 Tage)	Reichweite als Wahrscheinlichkeitsfunktion
Separate Methodik für Objektmodellierung (Bhf)	Integrierte Methodik für Objektmodellierung (Bhf)
Bewertungen innerhalb der 55 Agglomerationen	Bewertungen für die ganze Schweiz
Zielgebiete Agglo, Couronne, Kernstadt	Alle Gebietskombinationen vorstellbar
Soziodemografie (Alter u. Geschlecht)	Soziodemografie in variableren Ausprägungen möglich
<ul style="list-style-type: none"> • Individuelle Kontaktwerte von Strassenflächen in den 12 GPS Agglomerationen • Individuelle Kontaktkategorien in den übrigen 43 Agglomerationen • Keine Kontaktwerte ausserhalb der Agglomerationen 	Individuelle Kontaktwerte für alle Flächen in der Schweiz
Leistungswerte für 7, 14 und 21 Tage	Leistungswerte bis zu 10 Wochen

Bevölkerung im SPR+ Expert

- Basis: Gemeinde als kleinste geographische Einheit
- Wohnbevölkerung Schweiz 2011 gemäss BfS 15+ (ohne Sprachassimilierung)
Mindestbevölkerung
 - Basis VZ Registererhebung
 - Strukturerhebung (200'000 p.a.) derzeit nicht repräsentativ für Gemeinden
- Gemeindegrenzen gemäss BfS
- Gemeindefachdefinition gemäss BfS

Zielgebiete und Universen im SPR+ Expert

- Vordefinierte Zielgebiete (Kernstadt, Couronne, Agglomeration)
- Individuell konfigurier- und speicherbare Zielgebiete (Gemeinden müssen zusammenhängend sein, Mindestbevölkerungsgrösse)
- Zielgebiete müssen vollständige Teilmengen des Universums sein
- Standarduniversen (Kernstadt, Couronne, Agglomeration, Kanton, Wirtschaftsgebiet, Wirtschaftsregion, Sprachregion, Land, Summe der Zielgebiete)
- Künstliches Universum auf WG Ebene: Wirtschaftsregion Deutschschweiz (WR2+WR3+WR4)
- Die Sprachregionszuordnung (Sub-Universum) eines Zielgebietes bei Universum Schweiz erfolgt über die Mehrheit der Bevölkerung (15+) des Zielgebietes
- Wird bei den Stammdaten keine Offerte importiert, muss der User für die nächste Lasche zunächst das Kampagnenjahr wählen

Demo Individuelle Zielgebiete



- Welche Defaulteinstellung für Universum ist erwünscht? Usergroup: Summe der Zielgebiete.
- Excel Export individuelle Zielgebiete: Sollen immer alle individuellen Zielgebiete exportiert werden (linke und rechte Seite) oder nur die linke Seite? Selbe gilt für das Speichern der individuellen Zielgebiete? Alle heisst, auch die Zielgebiete, die durch Filtereinstellungen ggf. momentan nicht sichtbar sind.
- Vorschlag SPR+: beide Seiten. Usergroup: beide Seiten.
- Sollen Filialnetze als Layer hochladbar sein? Usergroup: Ja.

Leistungswerte



- Zielgruppen: Geschlecht (m/w), Alter (frei konfigurierbare Altersintervalle mit Intervallmindestgrösse)
- Flächenkontaktwerte in Flächenliste für Zielgruppe 15+ pro Woche:
 - Zielgebietskontaktwert (Wohnbevölkerung des Zielgebietes mit Fläche)
 - Universumskontaktwert (Wohnbevölkerung des Universums mit Fläche)
- Scharfe Kontaktwerte bis auf $\leq 5'000$
- Kampagnenleistungswerte im Planning für max. 10 Wochen Aushang für effektive Zielgruppe (Reichweite nach Kontaktklasse, erreichte Personen, Kontaktsumme, OTS, GRP, TKP, CCP, Affinität)
- Für beliebige Zielgebiete und Standarduniversen (Gemeinde bis ganze Schweiz)
- Es ist methodisch nicht zulässig bisherige Leistungswerte mit MobNat Leistungswerten zu vergleichen

Flächenliste



- In der Gliederungsansicht erscheint der immer der tatsächliche Name des ZG und nicht immer Agglomeration XY
- Neue Spalte Kontaktwert Universum
- Flächen ausserhalb der Zielgebiete sind unter Sonstige und haben nur einen Universumskontaktwert, sofern sie bewertbar sind und im Universum liegen.
- Neue Spalten Zielgebiet bewerten und Universum bewerten
- Objektliste entfällt dafür gibt es eine neue Gliederungsansicht UZO (Universum Zielgebiet Objekt). Hier werden analog zu UZG (nur nicht Gemeinden sondern Objekte) nicht die Flächen, sondern die Objekte angezeigt. Wenn man ein Objekt aufklappt, dann erscheinen die einzelnen Flächen des Objektes. Unter jedem Zielgebiet gibt es neben den etwaigen Objekten noch ein Punkt Strasse/Weitere, wo die nicht Objektflächen aufgeführt werden

Bewertungsansicht



- Flächen gesamt beinhaltet alle importierten, offerierten Flächen und neu auch jene, die SPR+ unbekannt sind. Weiterhin sind manuelle Einträge und Optionen NUR in der Flächenliste und im Exceltabellenblatt Einschaltplan aufgeführt
- Neu anstatt Flächen bewertet: Flächen bewertet Zielgebiet UND Flächen bewertet Universum in der Bewertungsansicht, da beides individuell gegenüber dem Default deaktiviert werden kann
- Die Anzahl bewertete Flächen in der Bewertungsansicht auf Subuniversumsebene (D-CH, F-CH, I-CH) wird aber auf Grund der Sprachzugehörigkeit der jeweiligen Gemeinde, in der die Fläche steht, dem Subuniversum zuaddiert, unabhängig davon, welcher Sprachregion das etwaige ZG zugeschlagen wurde, in dem die Fläche steht, denn die Fläche könnte ja auch in einer Gemeinde ausserhalb der Zielgebiete im Subuniversum stehen

Bewertungsansicht - Graphiken



- Reichweitenkurve auf 10 Wochen
- Kosten/Nutzen: Erreichte Menschen, d.h., die Anzahl Menschen im Zielgebiet, die in die Reichweite mit gewählter Kontaktklasse fallen, in % von allen Menschen, die in allen Zielgebieten erreicht werden. D.h., es werden die Zielgebiete individuell beurteilt und die dort erreichten Menschen aufsummiert - unabhängig vom gewählten Universum. Es wird also nur der Intra-Zielgebiets-Nutzen dargestellt. Kosten bleibt gleich. Bruttokosten des Zielgebietes in % von den gesamten Bruttokosten

Einschaltplan



- Neu zukünftig zusätzlich eine 12 Wochenansicht

Neue Möglichkeiten



- Geographisch massgeschneiderte Kampagnen können mit Leistungswerten abgebildet und bewertet werden
- Von Gemeinde (sofern gross genug) für Lokalkampagnen bis National für nationale Kampagnen liefert SPR+ neu Leistungswerte
- Kleinräumige Aussteuerung kundenspezifischer Filialgebiete inkl. Dokumentation Kosten/Leistung möglich

Studio



- Universen, Zielgebiete, Zeiträume, Formate, Kontaktkategorien wie bis anhin
- Altersgruppen wählbar

Varia

- Alte Kampagnen mit können ab dem Lancierungsdatum nicht mehr geöffnet werden
- Es können nur Offerten mit Aushang ab Lancierungsdatum importiert werden
- Bedarf es eines neuen Look & Feel? Usergroup: Nein.
- Einhaltung AGB

SPR+: Weitere Bedürfnisse? Usergroup: Nein.

Swiss Poster Research Plus AG
Felix H. Mende, lic.rer.pol.
Geschäftsführer
Höschgasse 70
CH-8008 Zürich
Tel. +41 (0)44 385 80 60
Fax +41 (0)44 385 80 61
felix.mende@spr-plus.ch
www.spr-plus.ch