

02.07.2009

| 15:02

MARKETING &  
KOMMUNIKATION

## SPR+ präsentiert Bahnhofstudie

Nach über einem Jahr intensiver Forschungsarbeit stellt heute das Forschungsinstitut Swiss Poster Research Plus (SPR+) im Hauptbahnhof Zürich die Ergebnisse ihrer «Bahnhofstudie» vor, unterstützt von Experten des deutschen Fraunhofer-Instituts für Intelligente Analyse- und Informationssysteme und des Schweizer Marktforschungsinstituts GfK.

Bisher war unerforscht, wie sich Passanten im Innern von Objekten bewegen und dort mit Plakaten in Kontakt treten. Da gerade Bahnhöfe als Drehscheiben der Mobilität für die Aussenwerbung von hoher Relevanz sind, ist SPR+ stolz mit dem heutigen Tag diese Lücke zu schliessen und ein weiteres Marktversprechen termingerecht einzulösen. Der Schlüssel, um diese Herausforderung der Aussenwerbeforschung zu meistern, lag in der Erfassung der Mobilität im Innern der Bahnhöfe. Zuerst erstellte SPR+ zusammen mit dem Fraunhofer-Institut IAIS ein realitätsgetreues Wegstreckenmodell, um alle möglichen Routen der Passantenströme zu ermitteln. In einem zweiten Schritt erfassten Zählpersonen von GfK Switzerland die Frequenzen der Passanten an wichtigen Knotenpunkten wie Bahnhofseingängen, Perronzugängen und Übergängen.

Schliesslich wurde auf Basis der erhobenen Messwerte die Mobilität für den gesamten Bahnhof berechnet und analog zum Strassenmodell mit den geocodierten Plakatflächen in Relation gesetzt. Weltneuheit: Erstmals werden statistisch signifikante Leistungsdaten für Bahnhofsflächen ausgewiesen. Für Einzelplakate, für Bahnhofskampagnen sowie für klassische Kampagnen bestehend aus der Kombination von Strassen- und Bahnhofsplakaten. Ab Ende August stehen die Leistungsdaten den Kunden im bewährten Analyse- und Bewertungstool SPR+ Expert zur Verfügung.

Die Bahnhofstudie wurde im Auftrag der Aussenwerbefirmen APG und Impacta erstellt und beschreibt - weltweit gesehen - Neuland in der Aussenwerbeforschung. Auf breite statistische Erhebungen in den 27 wichtigsten Bahnhöfen der Schweiz abgestützt, liefert sie ein wissenschaftliches Modell zur Messung von harten Media-Leistungsdaten für Plakatflächen im Innern von Objekten.

### WEBLINKS ZUM THEMA

[www.spr-plus.ch](http://www.spr-plus.ch)[www.gfk.ch](http://www.gfk.ch)[www.fraunhofer.de](http://www.fraunhofer.de)

PRINT

CLOSE