

# Jahresbericht 2011 + Info





# Inhalt

- 2** Impressum
- 3** Das Vorwort des Präsidenten
- 4** Der SWA fordert das 400-Tage-Jahr
- 6** Hier sind sie im Bild: Unsere neuen Expertenteams
- 8** Unsere Mitgliederumfrage: Fazit, Folgerungen, Forderungen
- 12** SPR+ entwickelt MobNat – APG und Clear Channel sind dabei \*)
- 15** Zeit für Innovationen - ist Ihre Mediaagentur mutig genug? \*)
- 18** Auf Augenhöhe - der Marketer muss sich nicht verstecken \*)
- 20** Crossmedia: Was bringt's? Synergieeffekte multimedialer Werbung \*)
- 23** Die Stimme der Werbeauftraggeber
- 24** Die Mitgliederliste – je länger, desto lieber
- 26** Vorstand, Geschäftsstelle und Vertretungen des SWA
- 28** Der Zahlenspiegel von Media Focus
- 30** In guter Gesellschaft beim SWA
- 31** Das Organigramm des SWA

L'édition française est disponible en PDF sur notre site internet [www.swa-asa.ch](http://www.swa-asa.ch) sous «Téléchargements / Rapports annuels». Traduction: Nicolas Ruetsche

## Unsere Gastautoren

\*) Der SWA dankt an dieser Stelle den Gastautoren, deren Meinung hier völlig unbeeinflusst zum Ausdruck kommt. Sie muss nicht notwendigerweise den Standpunkt des Verbandes wiedergeben.

Der SWA enthält sich auch grundsätzlich jeder Stellungnahme zu den präsentierten Unternehmen, Forschungsmethoden und Programmen.

## Impressum

SWA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband  
Löwenstrasse 55, Postfach 1776, 8021 Zürich  
Tel. +41 (0)44 363 18 38 Fax +41 (0)44 363 18 31  
[info@swa-asa.ch](mailto:info@swa-asa.ch) [www.swa-asa.ch](http://www.swa-asa.ch)

Produktion: Andreas K. Heyne  
([heyne-pr@bluewin.ch](mailto:heyne-pr@bluewin.ch))  
Druck: Tanner & Bosshardt AG, Basel

# SPR+ entwickelt MobNat – APG und Clear Channel sind dabei

**Der Durchbruch kam pünktlich zu Weihnachten: Clear Channel Schweiz und SPR+ unterzeichneten einen Vertrag über die künftige Zusammenarbeit. Damit stehen APG und Clear Channel gemeinsam hinter der zukünftigen nationalen Schweizer Aussenwerbeforschung von SPR+. Für den SWA ist dies ein verdientes Weihnachtsgeschenk; Er hat das SPR+ Projekt von Anfang an unterstützt und anerkanntermassen alles daran gesetzt, dass APG und Clear Channel im Interesse der Werbe-Auftraggeber am gleichen Strick ziehen. Im folgenden Artikel erklärt Felix H. Mende, Geschäftsführer von SPR+, worum es bei MobNat genau geht:**

Das Institut für Schweizer Aussenwerbeforschung Swiss Poster Research Plus AG startet mit dem Projekt MobNat eine zweijährige Studie zur Mobilitätsnacherhebung und zur Schaffung eines nationalen Modells für die Schweiz. Bereits 2010 hat SPR+ eine Machbarkeitsstudie erfolgreich durchgeführt, um ein innovatives, schweizweites Konzept zur Mobilitätsmodellierung zu testen. Das von SPR+ zusammen mit dem Fraunhofer-Institut IAIS entwickelte Konzept konnte sowohl die APG als auch Clear Channel Schweiz überzeugen, sich gemeinsam hinter die neue Forschung zu stellen und sich an den Kosten zu beteiligen.

**Die Forschungsergebnisse werden 2014 für die Planung von anbieterübergreifenden Kampagnen im SPR+ Expert für alle Kunden von SPR+ aufgeschaltet.**

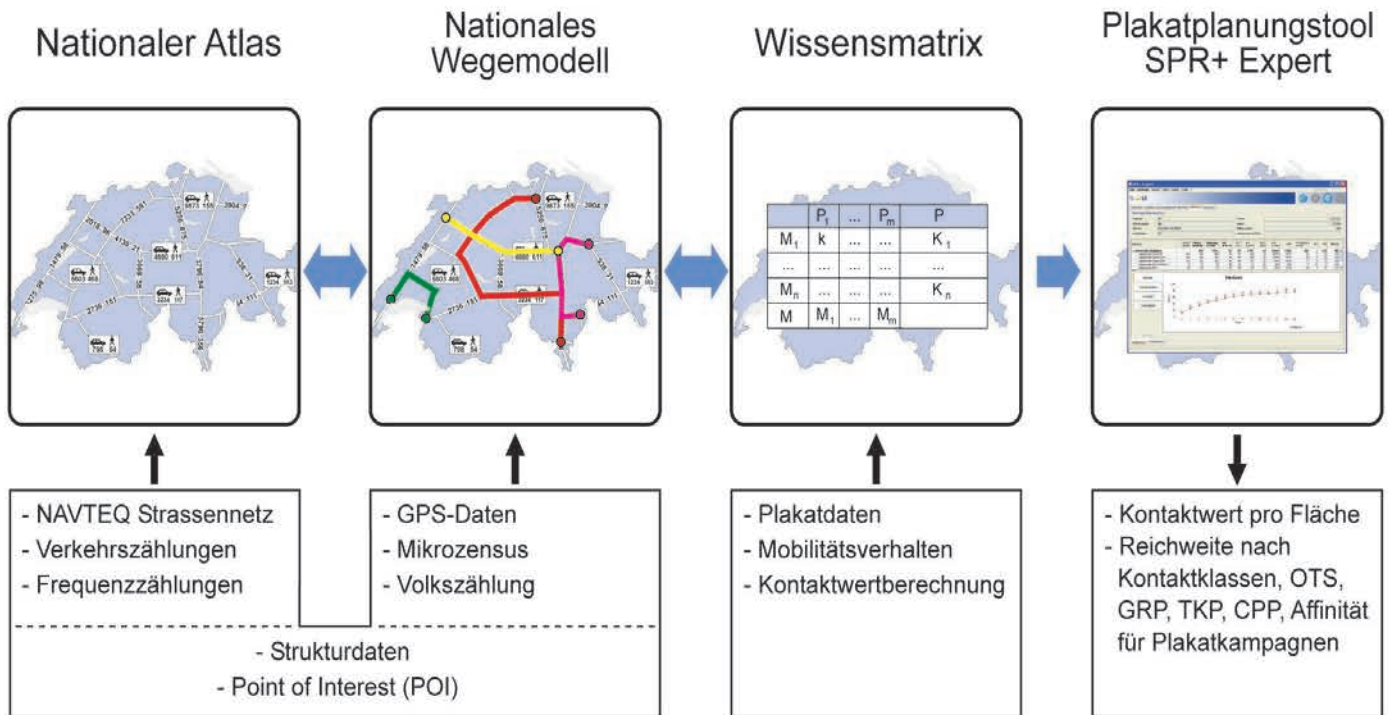
Das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung unterliegt generell einem langsamen aber steten Wandel. Dieser ist unter Anderem bedingt durch Infrastrukturentwicklungen, veränderte Verhaltensmuster und Bevölkerungswachstum. Damit ändert sich auch die Relation zwischen den individuellen Wegen der Bevölkerung und den rund 55'000 Schweizer Plakatflächen.

**Mit MobNat werden die Mobilitäts- und Strukturdaten aktualisiert.**

Wurde im bisherigen Ansatz von SPR+ nur die Intra-Agglomerations-Mobilität gemessen, d.h. das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung innerhalb der jeweiligen Wohnagglomeration (z.B. die Berner in Bern), so werden künftig auch die Extra-Agglomerations-Mobilität der Schweizer Bevölkerung ausserhalb der 55 Agglomerationen und ebenso die Inter-Agglomerations-Mobilität zwischen den Agglomerationen (z.B. die Berner in Biel) abgebildet. In der Aussenwerbeplanung können dann mit MobNat Zielgebiete und Universen individuell konfiguriert werden. Als Resultat wird in Zukunft insbesondere für nationale Kampagnen die tatsächliche nationale Kampagnenleistung ausgewiesen werden, die aktuell aufgrund der bisherigen erfassten Empirie unterschätzt wird. Ein direkter positiver Einfluss auf die Kontaktwerte, die nationalen Reichweiten und die nationalen TKP's ist zu erwarten, was die Aussenwerbung im Intermediawettbewerb stärken dürfte.

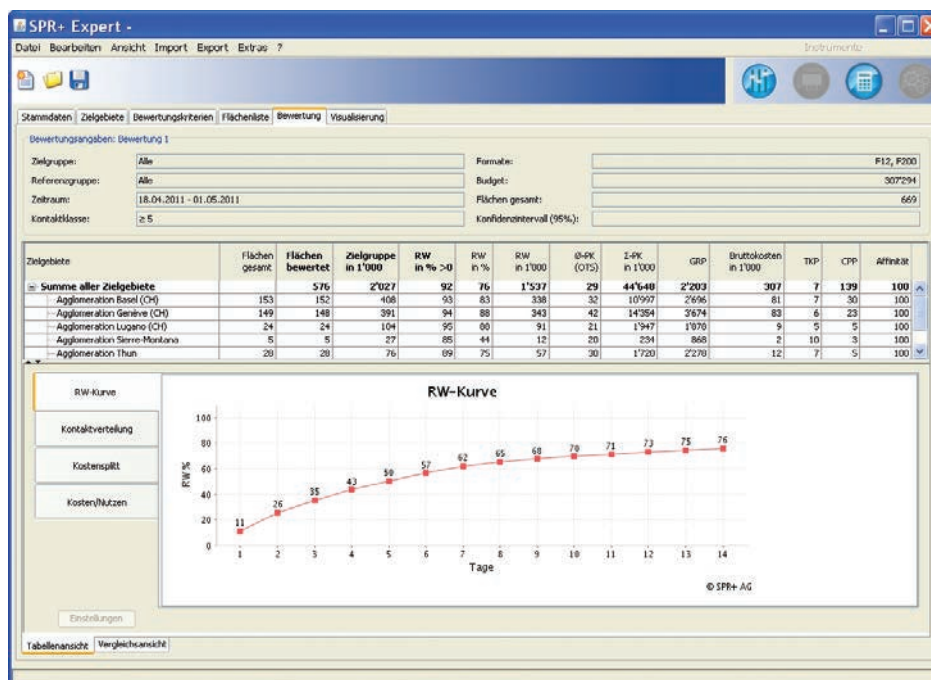
## **Das MobNat Konzept**

Wie aus der Übersichtsgrafik ersichtlich, besteht das integrative Modell aus den vier wesentlichen Komponenten: «**Nationaler Atlas**», «**Nationales Wegemodell**», «**Wissensmatrix**» und «**Plakatplanungstool SPR+ Expert**». Für das Modell wichtige Datengrundlagen sind Verkehrs- und Frequenzzählungen, Volkszählungs-, Mikrozensus-, GPS- und Strukturdaten, welche mittlerweile für die ganze Schweiz vorliegen oder durch SPR+ erhoben werden.



Aus den Datengrundlagen wird ein Nationaler Atlas mit Verkehrs- und Fussgängerfrequenzen für jeden Strassenabschnitt der Schweiz und ein Nationales Wegemodell für die Schweizer Wohnbevölkerung erstellt. Der Nationale Atlas und das Nationale Wegemodell, die sich wechselseitig kalibrieren, stellen das Gesamtschweizer Modell dar und gehen dann zusammen mit den Plakatdaten in die so genannte Wissensmatrix ein. In dieser Matrix wird die Mobilität der Schweizer Wohnbevölke-

rung für jeden der rund eine Millionen Strassenabschnitte bzw. für jede Plakatfläche ermittelt. Für alle in der Schweiz wohnhaften Personen wird dafür ein individuelles Wegemodell hinterlegt. Das Resultat ist, dass gleichzeitig auch für jede Plakatfläche die Anzahl der Verkehrsfrequenzen nach Zielgruppen vorliegt, die dann gemäss Sichtbarkeit gewichtet wird.





### Felix H. Mende

Felix Mende hatte die SPR+ AG 2006 als Geschäftsführer aufgebaut. Nach einem Wechsel ins Senior Management der Affichage Holding, gab er 2011 sein Amt als Verwaltungsratspräsident von SPR+ ab und übernahm wieder die Geschäftsführung. Zuvor arbeitete er bei Input Consulting in Zürich und bei Hapag-Lloyd in Hongkong. Er studierte BWL an der Université de Fribourg.

### Offen für aktuelle Datenquellen

Das entwickelte Modell ist offen für neue und aktualisierte Datenquellen und ist damit flexibel und stabil für die kommenden Jahre. So wurden von SPR+ in ersten Integrationstests anonyme GSM-Mobilfunkdaten in Form eines Testdatensatzes als ergänzende empirische Grundlage zur Ermittlung der Tagesmobilitätsverläufe eingesetzt. Dieses gemeinsame Projekt mit der Swisscom zeigt den innovativen Charakter des Modellaufbaus. Auf die Integration von Mobilfunkdaten wird zunächst bei der Hauptstudie verzichtet. Sie könnten aber als weitere Datenquelle hinzugezogen werden, sobald die fortschreitende Digitalisierung der Aussenwerbung mit den damit verbundenen verkürzten Aushangdauern dieses notwendig werden lässt.

In einem abschliessenden Entwicklungsschritt wird die Wissensmatrix an das Plakatplanungstool SPR+ Expert angebunden. Die Plakatkunden und ihre Agenturen werden mit den neuen Daten auch weiterhin in dem bewährten Planungstool arbeiten. Im SPR+ Expert können unverändert Kampagnen simuliert, geplant, optimiert und kontrolliert werden. Das Tool liefert wie bis anhin individuelle nach Sichtbarkeit gewichtete Plakatkontakte pro Plakatfläche sowie individuelle Reichweiten nach Kontaktklassen, Reichweitemaufbau pro Tag, OTS, GRP, TKP, CPP und Affinität für anbieterübergreifende Plakatkampagnen. Einschaltpläne mit Kosten-, Leistungs- und Flächenübersichten können auch weiterhin auf Knopfdruck erstellt werden. An der Oberfläche des Arbeitsinstrumentes werden nur geringfügige Anpassungen zur Erhöhung der Flexibilität bei der Universums-, Zielgebiets- und Zielgruppenauswahl vorgenommen. Darüber hinaus werden Kampagnen von bis zu zwei Monaten Dauer bewertbar sein. Da zum Nutzen der Kunden der Schulungsaufwand so gering wie möglich gehalten werden soll, werden an der grundlegenden

Architektur und der Benutzerführung keine Anpassungen vorgenommen.

MobNat erfüllt die von ESOMAR publizierten Global Guidelines on Outdoor Audience Measurement. Die Einhaltung wird durch SPR+ sichergestellt, deren Geschäftsführer die weltweiten Richtlinien als Vertreter des Aussenwerbverbandes FEPE International im Steering Board und im Technical Committee mitgeprägt hat. Bei der Gewichtung der Plakatkontakte nach Sichtbarkeit hält SPR+ an den bisherigen Kriterien und Faktoren fest und liefert somit auch weiterhin eine der härtesten Währungen im Vergleich zu andern Medien.

Als nächstes wird MobNat dem SPR+ Research Advisory Council, in dem auch der SWA vertreten ist, detailliert und in der von SPR+ gewohnten Transparenz vorgestellt. Dass sich APG und Clear Channel Schweiz wieder gemeinsam hinter SPR+ stellen und somit die breit abgestützte Realisierung von MobNat ermöglichen, ist auch dem kontinuierlichen Engagement des SWA für eine einheitlich getragene Schweizer Plakatforschung zu verdanken.