

SPR+ misst bald alle Schweizer Plakatstellen

SPR+ gehört punkto Plakat- und Mobilitätsforschung zwar zur Weltspitze, doch erhebt das System keine Plakatflächen auf dem Land, ebensowenig Plakatkontakte von Pendlern. Mit dem Projekt MobNat soll sich das nun ändern: Ab 2014 will SPR+ die ganze Schweiz abdecken können.

Seit Ende 2006 stellt die APG|SGA-Tochter SPR+ dem Aussenwerbemarkt nach Sichtbarkeit gewichtete Kontakt- und Reichweitenwerte für F200-, F12- und F24-Plakatflächen an Strassen zur Verfügung – und zwar anbieterübergreifend. Grundlage dieser Strassenstudie sind die mittels GPS-Geräten aufgezeichneten Wege, die schweizweit 10000 Personen in den zwölf grössten Agglomerationen während einer Woche zurücklegten. Auf Grund dieser Daten sowie Modellierungen wurden dann die Leistungswerte in den 43 übrigen Agglos ermittelt. 2009 kam die Bahnhofstudie hinzu, die auch für die Plakatflächen in 392 Bahnhöfen die Medialeistung ausweist, also dort, wo die GPS-Geräte mangels Empfang keine Wegstrecken aufzeichnen können (siehe WW 34/09 oder www.werbewoche.ch/zeitung/sprbahnhofstudie-zeigt-die-wirklichkeit-be-wusst-vorsichtig).

Noch stellt sich Plakat schwächer dar, als es ist

Dabei blieb aber ein Problem immer bestehen: In den Agglos kamen jeweils nur Testpersonen zum Einsatz, die auch dort wohnten (etwa Berner in Bern). Zudem interessierten nur jene Wegstrecken, die sie auch in der Wohnagglomeration zurücklegten, die Wege ausserhalb waren zu wenig repräsentativ. Anders gesagt: Die rund 55000 Schweizer Plakatstellen kommen in Wirklichkeit auf höhere Leistungswerte, SPR+ bildet derzeit nur das «garantierte Minimum» ab.

Doch nun hat SPR+ ein Modell entwickelt, mit dem für Flächen auf dem Land ebenfalls Leistungsdaten und für Agglo-Flächen auch die Kontakte von Durchreisenden und Pendlern berechnet werden können. Das Modell heisst MobNat (Mobilitätsnacherhebung und Nationales Modell), wurde 2010 in der Ostschweiz mit einer Pilotstudie getestet und im März vom Research Advisory Council von SPR+ methodisch abgesegnet. Diesem Gremium gehören neben APG|SGA und Clear Channel Schweiz (CCS) auch Wissenschaftler, Werbeauftraggeber und Media-Agenturen an. Nun wird MobNat umgesetzt – 2014 sollte es dann die vollständigen Kontakt- und Reichweitendaten für alle Strassen- und Bahnhofflächen in der Schweiz liefern.

Eine Million Strassensegmente

MobNat funktioniert in den Grundzügen ähnlich wie die Bahnhofstudie: Wurde damals für jeden Bahnhof ein Wegstreckenmodell erstellt, welches alle Abbiegemöglichkeiten (Knoten) und Wegabschnitte zeigte, so macht man dies nun für die ganze Schweiz. «Insgesamt kommt man auf knapp eine Million Strassensegmente», sagt SPR+-Geschäftsführer Felix Mende. Wie in den Bahnhöfen sind nun an einigen ausgewählten Orten Frequenzzählungen nötig. Doch während SPR+ diese in den Bahnhöfen selbst durchführen liess, greift man bei MobNat auf rund 4000 öffentliche Frequenzmessungen von Bund, Kantonen und Gemeinden zurück. Dazu ge-



Felix Mende, Geschäftsführer Swiss Poster Research Plus AG.

hören auch automatisierte Zählungen an Ampeln oder Radaranlagen, die ganzjährig Zahlen liefern. Da sie aber keine Fussgänger erfassen, muss SPR+ selbst nochmals ähnlich viele manuelle Frequenzmessungen durchführen. Gemäss Mende reichen dafür aber pro Standort viermal zehn Minuten, zu unterschiedlichen Zeiten und an verschiedenen Tagen.

Hochkomplexer Datenmix

Nun kann man bei den gezählten Personen aber nicht nach Wohnort, Geschlecht oder Alter unterscheiden. Deshalb müssen die Frequenzen verknüpft werden mit Daten aus der Volkszählung sowie aus der Mikrozensus-Studie. Für Letztere wurden 2010 insgesamt 63000 Personen nach den am Vortag zurückgelegten Wegstrecken und Zielen befragt. Alle diese Angaben werden schliesslich in einem ausgeklügelten Verfahren, das das deutsche Fraunhofer-Institut entwickelt hat, mit den GPS-Daten aus den SPR+-Agglostudien verbunden. Auch wenn dieser Mix aus Daten verschiedener Quellen für Laien kaum mehr nachvollziehbar ist: Auf diese Art werden quasi für jede in der Schweiz wohnende Person die wöchentlich zurückgelegten Routen bestimmt. Weil gleichzeitig bekannt ist, wo die einzelnen Plakatflächen stehen, kann man ableiten, welche Person wie oft mit welcher Fläche in Kontakt

kommt. Daraus lässt sich wiederum die Medialeistung jeder beliebigen Plakatstelle errechnen.

Kombinierbar mit Mobilfunkdaten

«MobNat ist so angelegt, dass Änderungen bei der Verkehrsführung oder der Anzahl Plakatflächen jederzeit einfließen können», sagt Mende. Selbst wenn dereinst digitale Plakate Einzug halten, die beispielsweise während dem Stossverkehr andere Sujets zeigen als untertags, sei man gerüstet. «Wir könnten dann beispielsweise anonymisierte, aber sekundengenaue Standortdaten von Mobilfunk oder Navigationsgeräten beziehen und einspeisen, wenn dies der Sache dienlich wäre», sagt Mende.

Markus Knöpfli

CLEAR CHANNEL MACHT WIEDER MIT

Das Projekt MobNat kostet gemäss Felix Mende «einen mittleren einstelligen Millionenbetrag». An diesen Kosten beteiligt sich neuerdings auch CCS wieder, die 2005 aus der gemeinsamen Plakاتفorschung mit Konkurrent Affichage ausgestiegen war. Die Einigung zwischen SPR+ und CCS wurde auch möglich, weil es bei Affichage und CCS 2010 praktisch zeitgleich zu einem Führungswechsel gekommen war. An die bisherige SPR+-Forschung zahlt CCS aber weiterhin nichts. (mk)