



Veröffentlicht auf *werbewoche* (<http://www.werbewoche.ch>)

[Startseite](#) > SPR+ Research Advisory Council segnet MobNat Resultate ab

SPR+ Research Advisory Council segnet MobNat Resultate ab

Das Research Advisory Council (RAC) des Forschungsinstituts für Schweizer Aussenwerbung SPR+ hat die Resultate des umgesetzten Forschungskonzeptes MobNat abgesegnet. Am 23. August 2016 findet in Zürich die Lancierungsveranstaltung statt.

Zeitgleich werden die MobNat Daten im Mediaplanungstool SPR+ Expert aufgeschaltet und lösen die bestehende Währung für Out of Home Media (OoH) ab.

MobNat ist die Multi Source Erweiterung des branchenweit akzeptierten SPR+ Forschungsansatzes und dient der Mobilitätsnacherhebung sowie der Schaffung des nationalen Modells. Die konzeptgetreue Umsetzung dieses Big Data Konzeptes wurde jetzt durch das RAC bestätigt. Ab der Lancierung liefert das SPR+ Expert auch im internationalen Vergleich nie dagewesene Möglichkeiten bei der OoH Planung.

SPR+ liefert fortan die OoH Medialeistung für die ganze Schweiz. Geographisch massgeschneiderte Kampagnen können mit Leistungswerten abgebildet und bewertet werden. Einzelflächen und Kampagnen können neu für beliebige geographische Gebiete, von einer einzelnen Gemeinde bis hin zur nationalen Ebene, bewertet und somit exakt den Kundenbedürfnissen entsprechend geplant werden. Kleinräumige Aussteuerung kundenspezifischer Filialgebiete inkl. der Dokumentation von Kosten und Leistung ist nun möglich. Zudem werden ein höherer Detaillierungsgrad bei den Zielgruppen und Bewertungen von bis zu zehn Wochen geboten.

Am 23. August 2016 werden die Forschungsergebnisse ausgewählten Marktpartnern und der Presse in Zürich vorgestellt. Am selben Tag ersetzen die MobNat Daten die bestehenden Daten im Mediaplanungstool SPR+ Expert und liefern fortan die neue Währung für OoH. Wegen der Unvergleichbarkeit der Forschungskonzepte erlischt der Zugriff auf die Planungsdaten basierend auf der bisherigen Forschung. Mit den bestehenden Lizenzen greifen die Kunden von SPR+ automatisch auf die neuen Daten zu. Die Lizenzpreise bleiben unverändert.

Roland Ehrler, Direktor, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband, erklärt: «Die Out of Home Mediaforschung macht mit der Lancierung von SPR+ MobNat einen gewaltigen Schritt in die Neuzeit. Der neue Multi Source Ansatz liefert jetzt präzise Daten, welche es erlauben, eine wesentlich genauere Planung vorzunehmen.»

Beat Holenstein, Leiter Partner- & Product Management, APG|SGA, sagt: «Mit MobNat setzt SPR+ im internationalen Vergleich neue Massstäbe. Die APG|SGA als Marktleaderin und

treibende Kraft ist sehr stolz auf diese neue Forschungsanlage. Daraus folgend werden wir für unsere Kunden und Partner optimierte Angebote erstellen können.»

Urs Zeier, Strategic Projects, Clear Channel Schweiz, kommentiert: «Mit MobNat erhält die Schweiz ein deutlich verbessertes System, das den internationalen Vergleich nicht zu scheuen braucht. Das ist für Clear Channel Schweiz ein guter Grund, sich daran zu beteiligen.»

Felix H. Mende, Geschäftsführer, Swiss Poster Research Plus, fasst zusammen: «SPR+ erhöht die Messlatte in der Mobilitäts- und Aussenwerbeforschung. Aufgrund unseres schweizweiten Mobilitätsmodells, können wir jetzt die tatsächliche OoH Medialeistung von Plakatflächen und Kampagnen für jegliche Zielgebiete und Universen ausweisen, die unsere Kunden frei nach ihren individuellen Kommunikationsbedürfnissen definieren können.»

Quellen-URL: <http://www.werbewoche.ch/spr-research-advisory-council-segnet-mobnat-resultate-ab>