

25.11.2004

Deutschland interessiert sich für SPR

Plakاتفorschung Nun hat auch Deutschland ein Auge auf den GPS-basierten Swiss Poster Research geworfen.

Das Plakاتفorschungsprojekt Swiss Poster Research (SPR), das mittels GPS (Global Positioning System) die Kontaktchancen von Plakatstellen erhebt, stösst in Deutschland auf wachsendes Interesse. Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AGMA) in Frankfurt am Main, eine Art Pendant zur Wemf, hat kürzlich rund 200 SPR-Mobilitymeter bestellt. Das Mobilitymeter, ein handygrosses Gerät, wird von der Testperson eine Woche getragen und speichert Signale von mindestens vier Satelliten, wodurch die Wegstrecken der Testperson nachgezeichnet werden können. Damit werden auch Aussagen über die Kontaktchancen der passierten Plakatstellen möglich.

Solche Daten will die AGMA im ersten Halbjahr 2005 in zwei noch nicht bestimmten Ballungsräumen erheben, sagt Christiane Korch, bei der AGMA zuständig für Radio, TV und Plakat. Bei den Feldtests sollen etwa 800 bis 1000 Probanden zum Einsatz kommen. Zum Vergleich: Für die derzeit laufende SPR-Datenerhebung in Zürich werden 1800 Testwochen und 325 Mobilitymeter benötigt.

Mit der Bestellung der Geräte sei noch kein definitiver Systementscheid gefällt, sagt Korch. Allerdings hatte die AGMA bereits Anfang Jahr mit 25 SPR-Mobilitymetern Tests durchgeführt. Korch: «Das SPR-System funktioniert.»

In der Schweiz kam man über ein Pilotprojekt in Winterthur schon im Mai 2003 zu derselben Erkenntnis. Die Stadt war in 321 Testwochen zur Hälfte erhoben worden, Anfang 2004 folgte die zweite Tranche. Danach nahm man Zürich in Angriff. Gemäss Felix Mende von der SPR-Geschäftsstelle ist die Limmatstadt zu gut 50 Prozent erhoben, und die Auswertung der Winterthurer Daten steht «kurz vor dem Abschluss». Wann sie präsentiert werden, ist unklar, zumal noch kein Planungstool zur Verfügung steht. Ein solches wird gemäss Mende erst «konzeptionell entwickelt». Immerhin steht fest: Genf wird als nächste Agglo mittels SPR-System ausgemessen.

Markus Knöpfli

>> <http://www.werbewoche.ch/2512850.werbewoche>