

Urs Hofmann, Mediaforscher

Geschäftsführer Swiss Poster Research Plus AG, Zürich

Plakatsforschung «SPR+». Ein Einblick in eine der weltweit grössten GPS-Mobilitätserhebungen

1. Forschungsziel

SPR+ erforscht die Medialeistung von Plakataushängen auf Basis der individuellen Beiträge der in einer Kampagne enthaltenen Plakatstellen. Zu diesem Zweck untersucht SPR+, wie viele Plakatkontakte an individuellen Plakatflächen von der Bevölkerung eines definierten geographischen Zielgebiets, unterschieden nach verschiedenen soziodemografischen Zielgruppen, erzielt werden. Als Weltneuheit werden Kontakte pro Fläche und Reichweiten für anbieterübergreifende Kampagnen in einem Konzept erforscht.

2. Der Weg zum Ziel

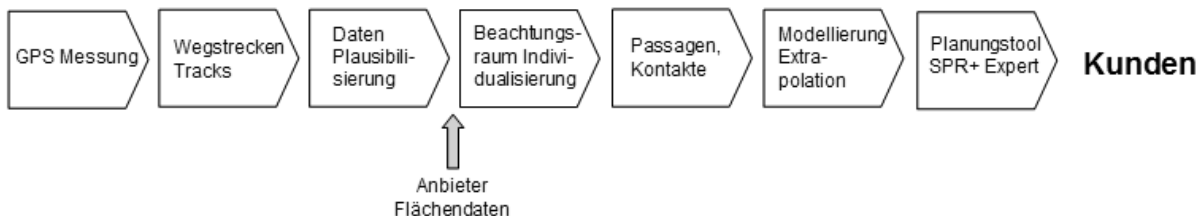


Abb. Prozesskette Forschung SPR+

3. Datenerhebung mit GPS (Global Positioning System)

SPR+ zeichnet die zurückgelegten Wegstrecken von rund 10 000 Testpersonen in 12 Agglomerationen metergenau mit einem speziell für diesen Zweck entwickelten GPS-Gerät (Mobilitymeter) auf. Die Testpersonen tragen den Mobilitymeter während einer Woche. In diesem Zeitraum wird der jeweilige Standort der Testperson im Sekundenrhythmus erfasst. Es wird für jeden Wegpunkt die genaue Geo-Koordinate, das Datum und die Uhrzeit gespeichert. So wurden bereits über eine Milliarde Wegpunkte gemessen.



Abb. Mobilitymeter

4. Wegstrecken (Tracks)

Die mit dem Mobilitymeter gemessenen Punkte werden anschliessend von SPR+ zu Wegstrecken verbunden. Dabei werden Messlücken (z. B. in Tunnels) durch ein Routing automatisch geschlossen. Die so generierten Wegstrecken werden vor der weiteren Verwendung mit einer ganzen Reihe von Kriterien plausibilisiert und validiert. Insgesamt wurden bereits über 2.7 Millionen Kilometer Wegstrecken gemessen.

5. Beachtungsraum vom Plakat

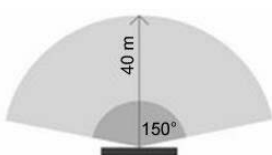


Abb. Definition Beachtungsraum

Damit ein Bezug zwischen den einzelnen Plakatstellen und den Wegstrecken der Testpersonen hergestellt werden kann, wird mit Beachtungsräumen gearbeitet. Der Beachtungsraum entspricht der Zone von wo aus ein Plakat einsehbar ist.

Um auch die Sichtbehinderung von Gebäuden zu berücksichtigen, werden die Beachtungsräume nachträglich mit den Gebäudegrundrissen verschnitten (individualisiert).



Abb. Individualisierung der Beachtungsräume

