



Methodik zur Messung der Reichweitendaten

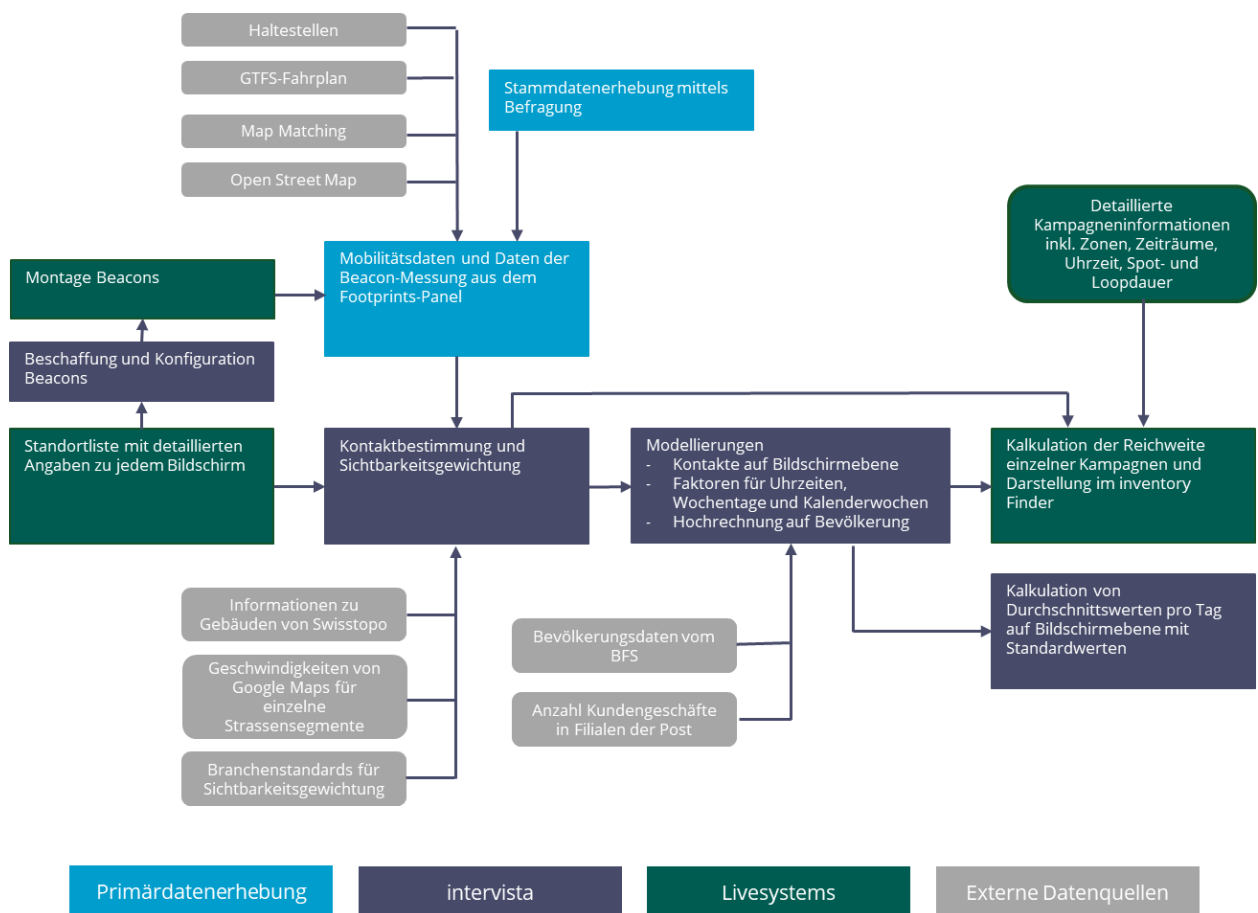
Werbeinventar von Livesystems

Januar 2025

Methodik zur Messung der Reichweitendaten

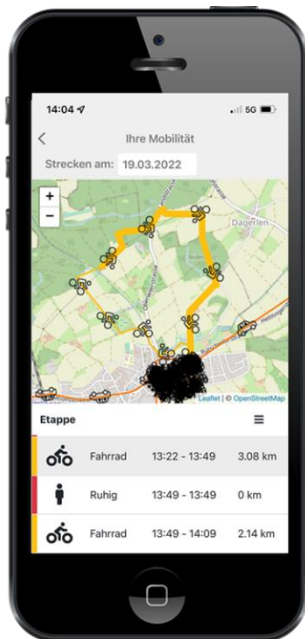
Die Reichweitendaten zum Inventar von Livesystems werden durch das Schweizer Forschungsinstitut intervista seit September 2022 kontinuierlich erhoben. Basis der Datenerhebung bildet die von intervista entwickelte App «Footprints Research». Diese zeichnet kontinuierlich das Mobilitätsverhalten sowie Kontakte mit Beacons, welche in Bildschirmen von Livesystems verbaut sind, auf. Rund 4'000 Personen aus der ganzen Schweiz haben die App auf ihrem Smartphone installiert und sind damit Teil des «Footprints Research Panels». Für diese Personen liegen umfangreiche Profilerkmale vor, die mit den erhobenen Messdaten verknüpft werden und somit vertiefte Analysen ermöglichen. Die gemessenen Aufenthalte bei Bildschirmen von Livesystems werden einer Sichtbarkeitsgewichtung unterzogen. Diese stellt sicher, dass Kriterien, die einen massgeblichen Einfluss auf die Kontaktqualität haben, bei der Berechnung der Kontaktwerte berücksichtigt werden. Zu diesen Kriterien gehören z.B. die Aufenthaltsdauer bei den Bildschirmen, der Blickwinkel oder die Geschwindigkeit bei der Passage.

Die Daten von intervista im Inventory Finder basieren jeweils auf Messdaten der letzten 52 Wochen. Alle 4 Wochen werden die Daten aktualisiert. Neben Inputs von Livesystems und der Primärdatenerhebung werden auch Daten aus externen Quellen für die Modellierung verwendet. Diese Darstellung zeigt einen Überblick über die verschiedenen Bestandteile der Methodik.



Nachfolgend werden die einzelnen Komponenten der Messmethodik, das Vorgehen bei der Datenaufbereitung und die Sichtbarkeitsgewichtung der erhobenen Daten genauer erläutert.

App «Footprints Research»



Die App «Footprints Research» wurde 2018 von intervista entwickelt. Sie zeichnet kontinuierlich die Aufenthaltsorte, Daten der Bewegungssensoren der Smartphones sowie Kontakte mit Beacons auf. Beacons sind kleine Bluetooth-Sender, die z.B. in Bildschirmen von Livesystem montiert sind und kontinuierlich ein Bluetooth-Signal aussenden. Das Signal wird von der App «Footprints Research» erkannt und verarbeitet. So werden alle Aufenthalte in unmittelbarer Nähe eines Beacons registriert und mit einem Zeitstempel (Start- und Endzeitpunkt) versehen. Diese Daten werden dann in regelmässigen Abständen an die Server von intervista übermittelt.

Die App wurde so konzipiert, dass sie nahezu lückenlose Daten liefert (die App muss dazu nicht geöffnet sein) und gleichzeitig den Nutzenden eine gute User Experience bietet (wie z.B. geringer Akkuverbrauch und einfache Installation). Die App ist für Android und iOS verfügbar.

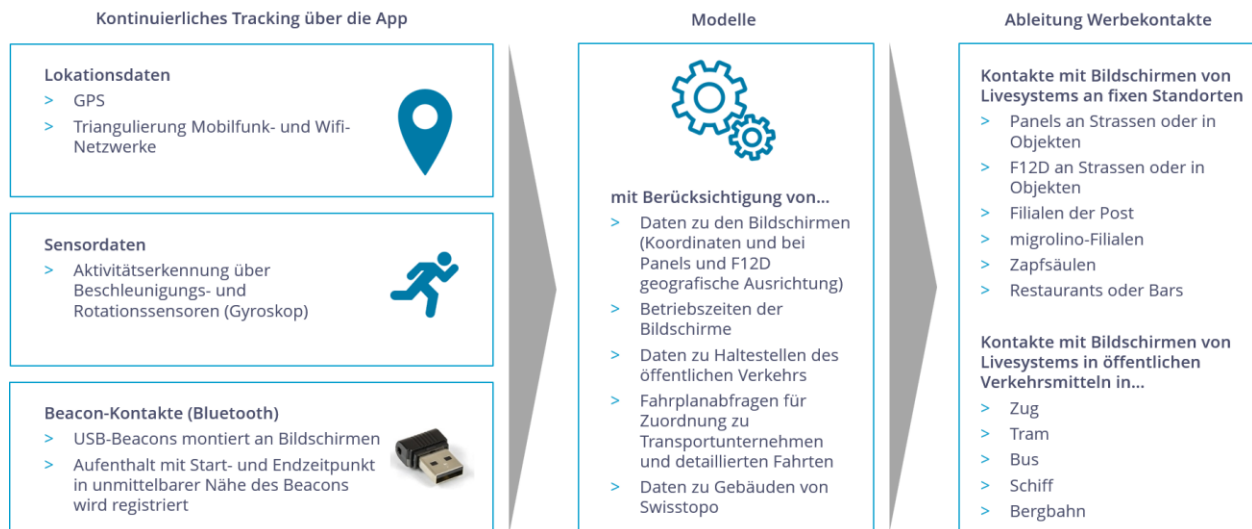
«Footprints Research Panel»

Das «Footprints Research Panel» wird von intervista seit dem 01.10.2018 betrieben. Es beinhaltet aktuell 4'000 aktive Teilnehmende. Die Grundgesamtheit umfasst Personen mit Wohnsitz in der Schweiz im Alter von 15-79 Jahren, die ein Smartphone nutzen. Das Panel wurde entlang für die Schweizer Bevölkerung repräsentativer Vorgaben des Bundesamtes für Statistik rekrutiert und stellt damit ein verkleinertes Abbild der Schweizer Bevölkerung dar. Dank der aufwändigen Quotierung (4 Altersgruppen x Geschlecht x WEMF-Regionen x ÖV-Abo-Besitz) ist die Repräsentativität der Ergebnisse gewährleistet.

Zu den Panelisten liegen umfassende Informationen zu Soziodemografie, Konsumverhalten und Interessen vor, die im Rahmen der Datenaufbereitung mit den Messdaten verknüpft werden können. Diese Daten werden jährlich mit einer Update-Befragung aktualisiert.

Technologie und Datenaufbereitung

Die Messung der Aufenthalte und der Aufenthaltsdauer bei Bildschirmen von Livesystems stellt sich wie folgt dar:



Aus den über die App «Footprints Research» gemessenen Lokationsdaten, Sensordaten und Beacon-Kontakte der Panelisten werden mit Modellen konkrete Werbekontakte abgeleitet. Um eine möglichst exakte Messung zu erreichen, hat Livesystems in allen Bildschirmen, welche nicht in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Strassen ausgerichtet sind, Beacons montiert.

Daraus lässt sich dann konkretes Verhalten ableiten. Zum einen Aufenthalte bei Bildschirmen von Livesystems an fixen Standorten bei Panels im öffentlichen Raum, in Filialen der Post, an migrolino Convenience-Standorten, in Restaurants oder Bars und bei Zapfsäulen, zum anderen Fahrten in öffentlichen Verkehrsmitteln mit Bildschirmen von Livesystems (Zug, Tram, Bus, Schiff, Bergbahn). Zudem wird die Passage- oder Aufenthaltsdauer bei den jeweiligen Bildschirmen gemessen.

Details zur Messung je Produkt und Umfeld

Livesystems verfügt über vier Produkttypen, welche in verschiedenen Umfeldern platziert sein können. Die Kombinationen davon unterscheiden sich bezüglich verschiedener Einflussfaktoren, die für die Kontaktbestimmung relevant sind wie beispielsweise der Loopdauer oder Betriebszeiten der Bildschirme.

Die nachfolgende Tabelle listet jene kontaktrelevanten Unterschiede zur Messung der Produkt- und Umfeldkombinationen auf:

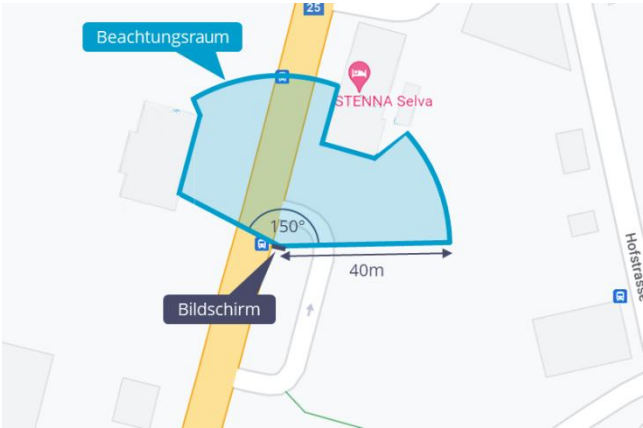
Produkt- und Umfeldkombinationen	Datenerhebung	Beachtungs- distanz	Betriebszeit Bildschirme
Screen Öffentlicher Verkehr	Gemessene Mobilitätsdaten und Modellierung der Fahrt von Haltestelle zu Haltestelle	Aufenthalt im Transportmittel	0:00 bis 24:00 Uhr
Screen Tankstelle	Messung mit Beacon im Bildschirm	bis 10 Meter	5:45 bis 23:00 Uhr
F12D (F12D an Strassen)	Gemessene Mobilitätsdaten und Modellierung des Kontakts	bis 40 Meter	6:00 bis 22:00 Uhr
F12D (F12D in Objekten)	Messung mit Beacon im Bildschirm	bis 40 Meter	6:00 bis 22:00 Uhr
Panel (Panel an Strassen)	Gemessene Mobilitätsdaten und Modellierung des Kontakts	bis 40 Meter	5:45 bis 23:00 Uhr
Panel (Panel in Objekten)	Messung mit Beacon im Bildschirm	bis 40 Meter	5:45 bis 23:00 Uhr
Board Post Filiale	Messung mit Beacon im Bildschirm	Aufenthalt in Filiale	7:00 bis 21:30 Uhr Sonntags nur 6 Filialen 7:00 bis 18:00 Uhr
Board migrolino	Messung mit Beacon im Bildschirm	Aufenthalt im Kassenbereich	5:45 bis 22:00 Uhr
Board Restaurant/Bar	Messung mit Beacon im Bildschirm	Aufenthalt im Kassenbereich	5:45 bis 22:00 Uhr

Sichtbarkeitsgewichtung

Alle gemessenen Kontakte werden einer Sichtbarkeitsgewichtung unterzogen. Damit wird sichergestellt, dass Faktoren, welche die Sichtbarkeit eines Bildschirms und damit den Wert eines (potenziellen) Kontakts mit dem Werbemittel beeinflussen, eine angemessene Berücksichtigung finden.

Die Sichtbarkeitsgewichtung orientiert sich stark an Branchenstandards von SPR+. Im Folgenden wird genauer ausgeführt, welche Faktoren mit welcher Gewichtung in die Sichtbarkeitsgewichtung einfließen.

Die folgenden Faktoren fließen in die Sichtbarkeitsgewichtung der **Panels und F12D** ein:

	Gewichtung des Kontaktwerts						
Maximale Sichtdistanz, gemessene Geschwindigkeit und Winkel der Passage	Maximale Sichtdistanz: 40 Meter Die Ausrichtung des jeweiligen Bildschirms sowie Gebäude, welche die Sicht auf den Bildschirm beeinträchtigen, werden berücksichtigt. Faktor bei frontalen Passagen: 1 Faktor bei parallelen Passagen ≤ 10km/h: 1 Faktor bei parallelen Passagen > 10km/h: 0.3						
							
Betriebszeit der Bildschirme	5:00 bis 23:00 Uhr Kontakte innerhalb der Betriebszeit erhalten den Faktor 1, Kontakte ausserhalb der Betriebszeit den Faktor 0.						
Zeitliche Sichtbarkeit des Werbemittels	$\min\left(\frac{\text{Dauer Passage} + \text{Dauer Spot} - 2}{\text{Dauer Loop}}, 100\%\right)$						
Häufung von Bildschirmen	1 Bildschirm: 1.00 2 Bildschirme: 0.80 3 Bildschirme: 0.65 4 Bildschirme: 0.50						
Digital Attraction DOOH	Verkehrsmittel		Zu Fuss		Objekte		
<i>SD: Steady Display</i>	Frontal	Parallel	Frontal	Parallel	Frontal	Parallel	
<i>AD: Animated Display</i>	1.1	1.81	1.04	0.98	0.89	0.82	
<i>FM: Full Motion</i>	1.25	1.94	1.16	1.04	1.01	0.9	

Bei der Sichtbarkeitsgewichtung der **Boards und Screens** werden die folgenden Faktoren berücksichtigt:

	Gewichtung des Kontaktwerts
Maximale Sichtdistanz	Maximale Sichtdistanz: Je nach Bildschirmgröße 10 oder 20 Meter
Betriebszeit der Bildschirme	Die Betriebszeiten der Bildschirme respektive die Öffnungszeiten der jeweiligen Filiale werden berücksichtigt. Kontakte innerhalb der Betriebszeit erhalten den Faktor 1, Kontakte ausserhalb der Betriebszeit den Faktor 0.
Zeitliche Sichtbarkeit des Werbemittels	$\frac{\text{Dauer Aufenthalt} + \text{Dauer Spot} - 2}{\text{Dauer Loop}}$
Häufung von Bildschirmen	1 Bildschirm: 1.00 2 Bildschirme: 0.80 3 Bildschirme: 0.65 4 Bildschirme: 0.50 5 Bildschirme: 0.40 6 Bildschirme: 0.33 7 Bildschirme: 0.29 8 Bildschirme: 0.25

Kalkulation der Netto- und Bruttoreichweite einer Kampagne

Mit den gemessenen Daten werden die Brutto- und die Nettoreichweite der Kampagne kalkuliert und im Inventory Finder dargestellt. Darüber hinaus werden OTS- und GRP-Werte sowie der Reichweitenaufbau ausgewiesen. Bei der Kalkulation werden Wochentage, Kalenderwochen und Uhrzeiten berücksichtigt. Wenn eine Kampagne eine Nettoreichweite von mind. 5% erreicht, wird zudem die Verteilung nach Geschlecht, Alter, Wohnregion und Einkommen dargestellt.

Kalkulation der Bruttokontakte für einzelne Bildschirme

Um die durchschnittliche Anzahl Kontakte pro Woche auszuweisen, wird eine Modellierung vorgenommen, welche die gemessenen Nettokontakte pro Standort pro Woche, die Kontakte des Bildschirmnetzwerks, die Anzahl Bildschirme am Standort und Standardwerte für Spot- und Loop-Dauer berücksichtigt. Für Bildschirme in Filialen der Post fließen zudem die Anzahl Kundengeschäfte pro Filiale in die Modellierung mit ein.

Folgende Standardwerte (Werbedruck Strong) wurden verwendet:

Environments	Spot-Dauer in Sekunden	Loop-Dauer in Sekunden
Screen Öffentlicher Verkehr	10	480
Screen Tankstelle	10	180
Panel	10	60
Board Post Filiale	10	180
Board migrolino	10	60
Board Restaurant/Bar	10	60

Die Kontakte pro Tag unterliegen gewissen Schwankungen und sind z.B. abhängig von Wochentagen. Bei den einzelnen Bildschirmen werden daher Kontaktkategorien ausgewiesen.



Beispiel für Darstellung der Kontaktkategorie

Kontaktperson bei intervista



Beat Fischer
Mitglied der Geschäftsleitung
+41 31 511 39 21
Beat.fischer@intervista.ch

