



Public & Private Screens 2.0

Methodenübersicht

Mobilität

- an unterschiedlichen Orten
- zu unterschiedlichen Zeiten
- mit unterschiedlichen Häufigkeiten

Touchpoints

- Heterogene Strukturen
- Screendichte
- Einfach vs. Komplex
Wartezimmer vs. Bahnhof

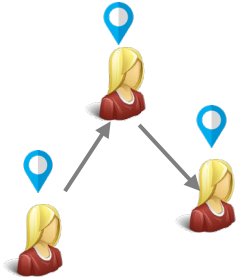
Kontaktsituation

- Wege im Touchpoint
- Kontaktwahrscheinlichkeit & Frequenz
- Dwelltime am Screen
- Rezeptionssituation
Passage- vs. Wartesituation

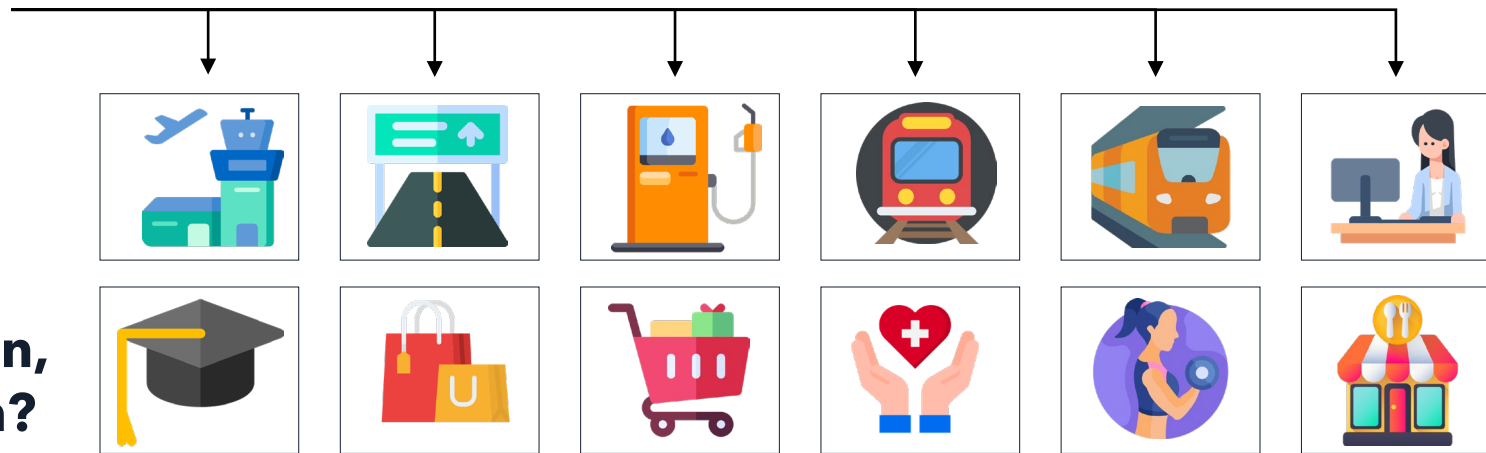
Studiendesign

Unser Multi-Methoden-Ansatz kann diese Anforderungen am besten lösen.

Stufe 1: Erfassung der Mobilität



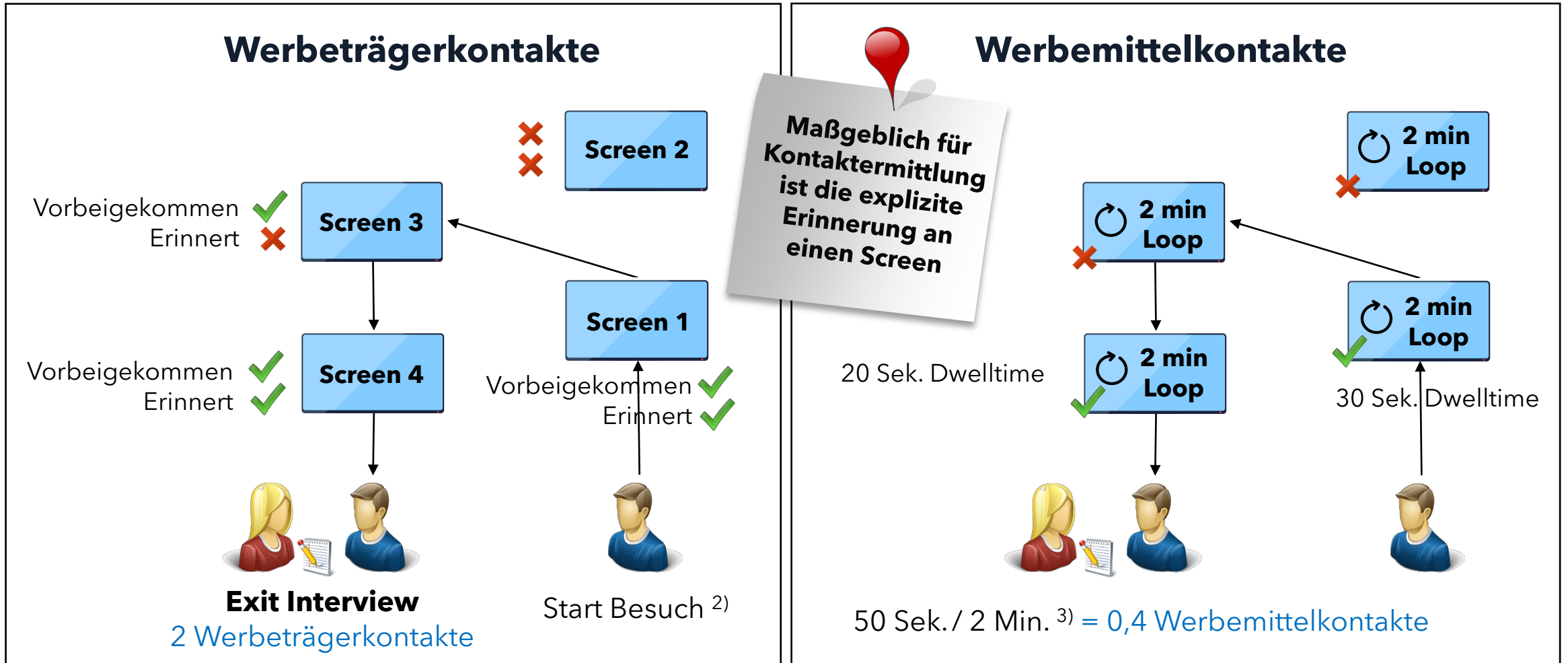
Wer geht wann,
wie oft wohin?



Repräsentativerhebung plus Tracking-Panel

- 15.000 CAWI Interviews plus ca. 2.000 CAPI Interviews (bevölkerungsrepräsentativ)
- Tracking-Panel mit 3.000 Probanden (bevölkerungsrepräsentativ) mit GPS-Tracking per Smartphone App
 - Erfassung der Besuchshäufigkeiten pro Touchpoint und DOOH- Netz

Stufe 2: Kontaktsituation im Touchpoint ¹⁾

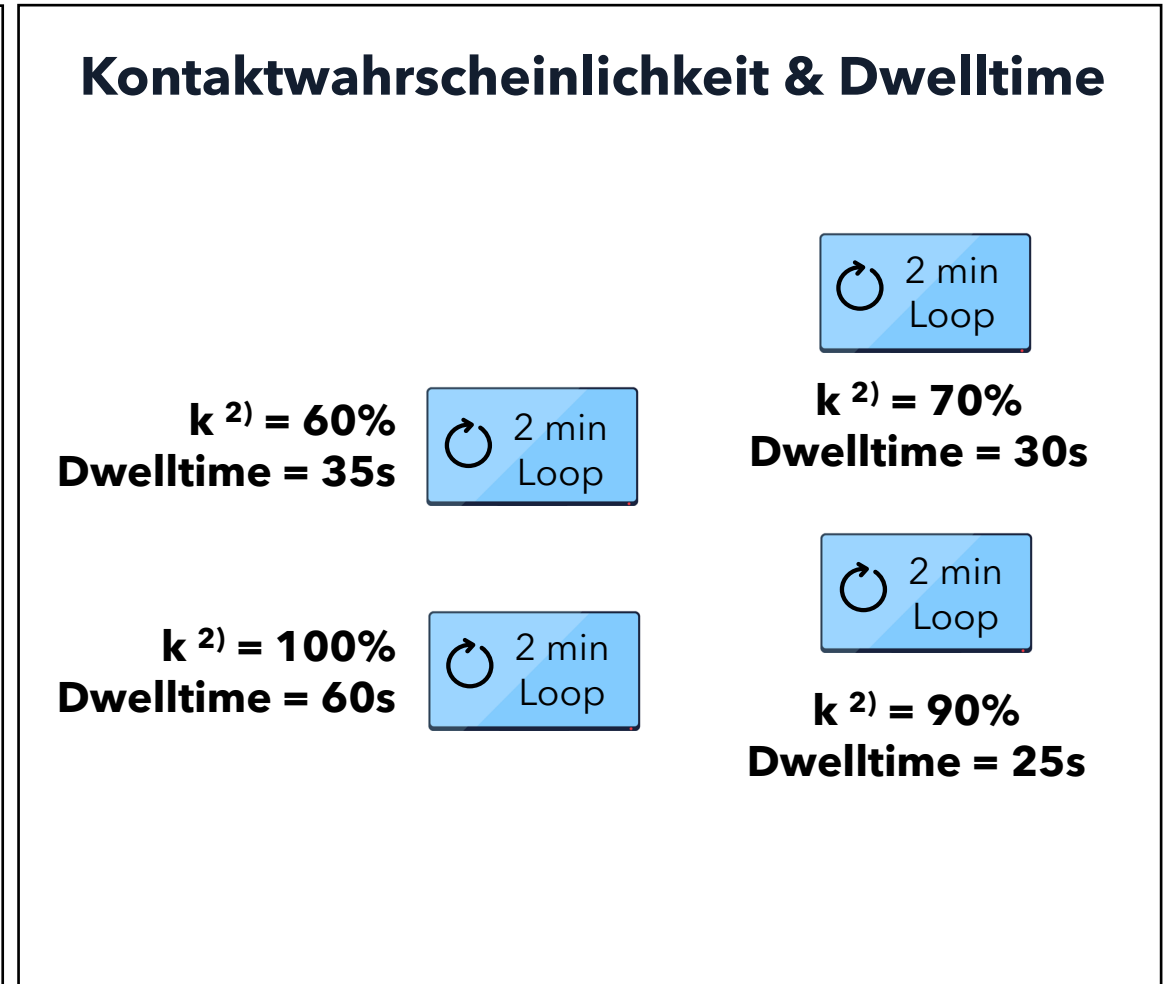
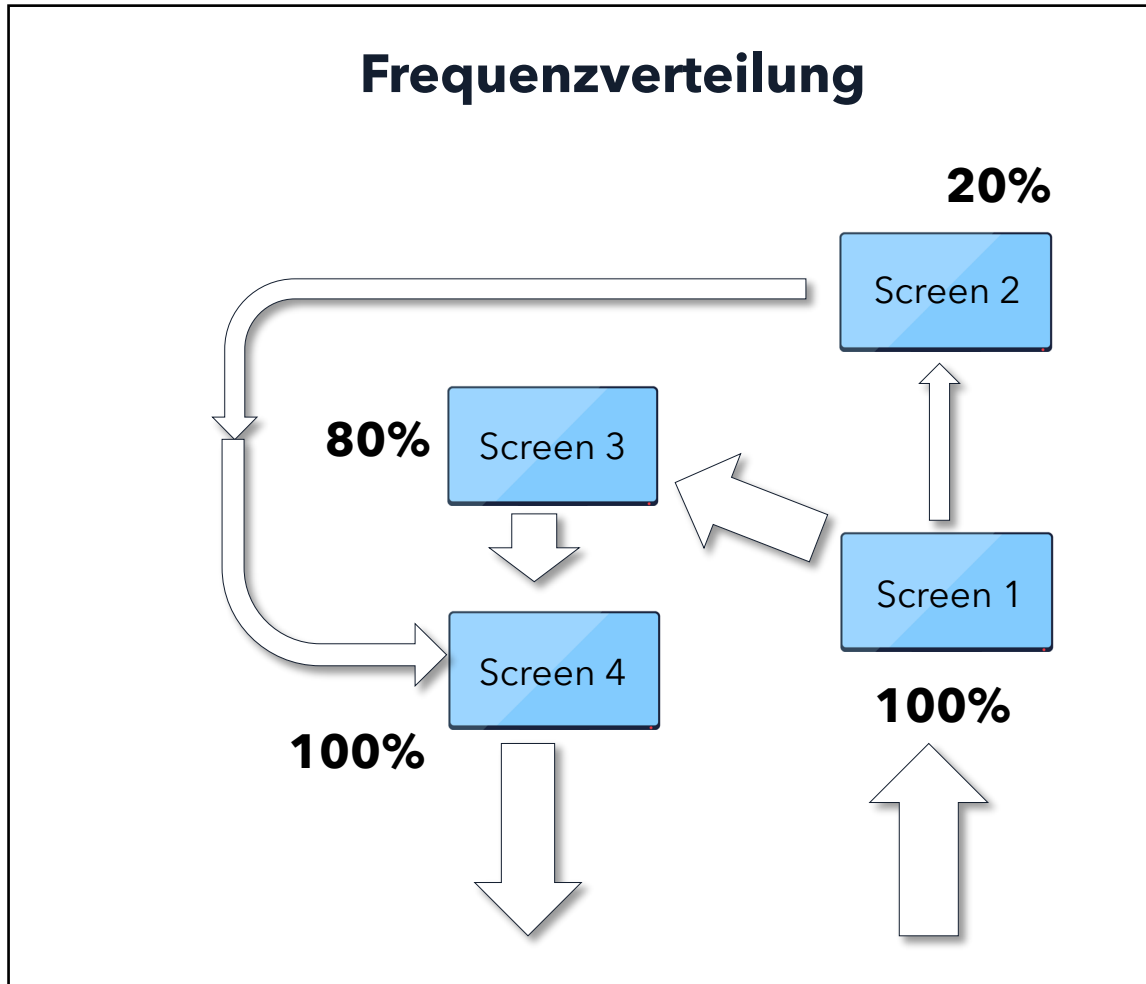


¹⁾ stark vereinfachte Darstellung

²⁾ z.B. eines Supermarktes

³⁾ Verhältnis kumulierte Kontaktdauer zu Programmlänge

Stufe 2: Ergebnisse 1)



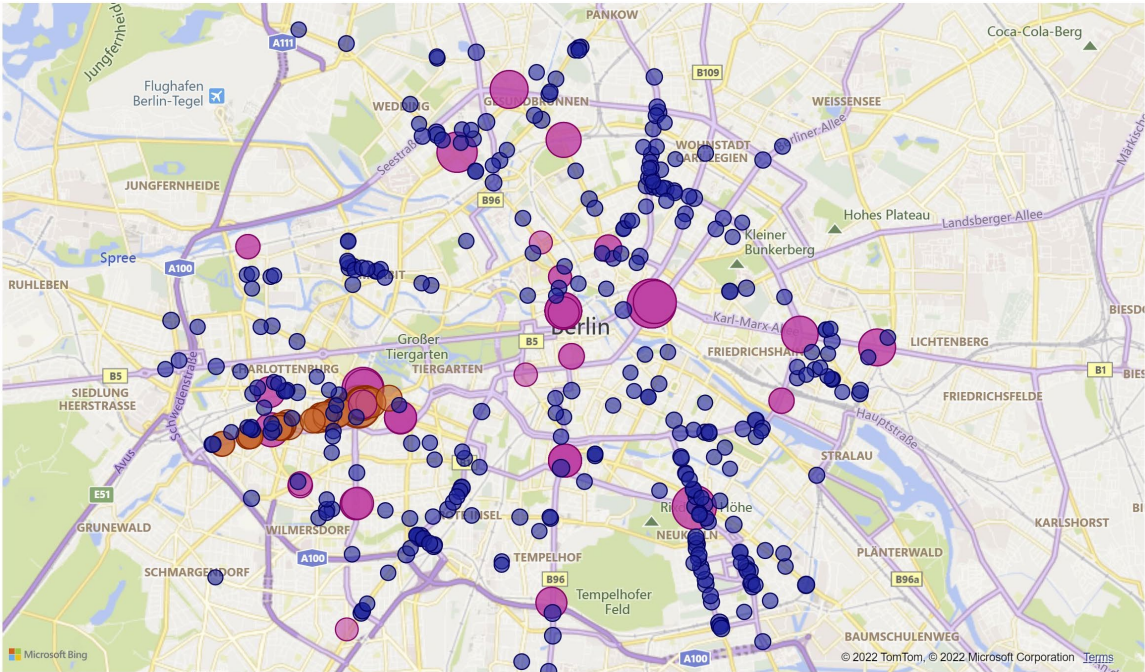
1) stark vereinfachte Darstellung

2) Wahrscheinlichkeit dass Screen gesehen wird

Stufe 3: Daten für einzelne DOOH Locations



Massendaten
Trackingdaten
aus ca. 12 Mio.
Smartphones



**P&PS Daten für
einzelne Standorte**
Verteilung der
Gesamtnetzdaten
relativ zu den
gemessenen
Frequenzen

Stufe 1 bis 3 in der Gesamtübersicht

Stufe 1

- Messung der Mobilität bevölkerungsrepräsentativ durch Mafo-Institut
- Messung der Zielgruppenstrukturen und Zeitverteilungen
- Daten für gesamte Netze (keine Einzelstandorte)

Stufe 2

- Messung der Kontaktwahrscheinlichkeiten und Dwell Times in den Einrichtungen nach Besuch der Einrichtung
- Messung per In-App Befragung im Tracking Panel (große Netze) oder durch Interviewer vor Ort (kleine Netze)

Stufe 3

- Messung der Mobilität pro Einzelstandort über Massendaten (Trackingpanel mit > 10 Mio. Smartphones)

Außenvorgaben kalibrieren die Mobilität



Stufe 1

- Messung der Mobilität bevölkerungsrepräsentativ durch Mafo-Institut
- Messung der Zielgruppenstrukturen und Zeitverteilungen
- Daten für gesamte Netze (keine Einzelstandorte)

Stufe 2

- Messung der Kontaktwahrscheinlichkeiten und Dwell Times in den Einrichtungen nach Besuch der Einrichtung
- Messung per In-App Befragung im Tracking Panel (große Netze) oder durch Interviewer vor Ort (kleine Netze)

Stufe 3

- Messung der Mobilität pro Einzelstandort über Massendaten (Trackingpanel mit > 10 Mio. Smartphones)

Außenvorgaben

- Außenvorgaben sind die von den Standorteigentümern gemessenen Kunden- bzw. Besucherfrequenzen.
- Dies sind z.B. die Passagierzählungen von Flughäfen und Deutscher Bahn oder die Anzahl Kassensbons pro Retail-Outlet
- Außenvorgaben werden pro Einzelstandort (Stufe 3) und auf der Gesamtnetzebene (Stufe 1) zur Kalibrierung der dynamisch gemessenen Frequenzen im langfristigen Mittel verwendet.

Stufe 1

- Messung der Mobilität bevölkerungsrepräsentativ durch Mafo-Institut
- Messung der Zielgruppenstrukturen und Zeitverteilungen
- Daten für gesamte Netze (keine Einzelstandorte)

Stufe 2

- Messung der Kontaktwahrscheinlichkeiten und Dwell Times in den Einrichtungen nach Besuch der Einrichtung
- Messung per In-App Befragung im Tracking Panel (große Netze) oder durch Interviewer vor Ort (kleine Netze)

Stufe 3

- Messung der Mobilität pro Einzelstandort über Massendaten (Trackingpanel mit > 10 Mio. Smartphones)

Kontakte je Screen

- Mit den Ergebnisse der Befragungen der Stufe 2 kann die Kontaktmenge jedes Screentyps je Touchpoint berechnet werden.
- Die Kontakte je Screentyp unterscheiden sich nach Größe und Anbringungsart des Screens und nach der Zonenzuordnung (Eingang, Kasse, Durchgang, ...).
- Für einfache Touchpoints oder zonenindividuelle Netze (z.B. Kassennetz) werden Objekt-Listen mit der Anzahl Screens pro Objekt benötigt; für komplexe Touchpoints mit mehreren Zonen Listen mit den Positionen jedes einzelnen Screens und Zonenzuordnung.

Erhobene Touchpoints

Komplexe Touchpoints



Flughäfen



Bahnhöfe ¹⁾



Universitäten



Shopping Malls



Fitness Studios

Einfache Touchpoints bzw. Netze je Zone



Autobahnen



Tankstellen



Fahrgast TV



Supermärkte



Gastronomie ²⁾



Bürogebäude



Ärzte & Apotheken



Kinos



Elektronikmärkte

¹⁾ Fernbahnhöfe, S-Bahnhöfe, U-Bahnhöfe

²⁾ Szene-Gastronomie, Burger King, McDonald's

Untersuchungssteckbrief P&PS 2022/23



Grundgesamtheit	Deutsch sprechende Wohnbevölkerung im Alter ab 14 Jahren (70,598 Mio.)
Stichproben	<p>Basisstichprobe: n=16.877 (CAWI n=14.827 CAPI n=2.050) zur Abbildung und Hochrechnung bevölkerungsrepräsentativer Zielgruppeninformationen und Werbemittelreichweiten/ -kontakte auf DOOH-Netzebene</p> <p>GPS-Messungen von 2021/ 2022 im GIM-Traces Panel mit n = 7.603 Fällen zur Ermittlung des aktuellen Mobilitätsverhaltens und der Touchpointfrequenzen</p> <p>Vor-Ort-/ In-App-Befragungen pro Netz: n >= 30.000 (gesamt) zur Ermittlung der Aufenthaltsdauern und Kontaktchancen pro Screen</p>
Feldzeit	CAWI/ CAPI: P&PS 2019/ 2020 GIM Traces: Sep 2021 - Aug 2022 F2F: 2016 - ongoing
Feldinstitute	GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung mbH, Wiesbaden
Gewichtung	Gewichtung/ Reproportionalisierung nach Vorgaben der MA 2018 Radio II (Bundesland, Alter * Geschlecht, Berufstätigkeit, Schulbildung, Haushaltsgröße, Kinder im HH, pol. Ortsgröße, 16 spez. Städte)
Herausgeber	Institute for Digital Out of Home Media, München



Ansprechpartner: Frank Goldberg
Anna Maria Deisenberg
Institute for Digital Out of Home Media
Theatinerstr. 11
80333 München

frank.goldberg@idooh.media
anna.maria.deisenberg@idooh.media
www.idooh.media