

**IDOOH**

**AG Mafo & Programmatic DOOH**

14. Juni 2023

# Agenda



1. Aktuelle Methode & mediMACH
2. IDOOH Academy
3. Zeitplan Studie & Methode 3.0
4. Quartalsdatensätze
5. Aktualisierung IDOOH Venue Taxonomy

# Aktueller Entwicklungsstand Methode

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Herausforderungen an das Studiendesign

## 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

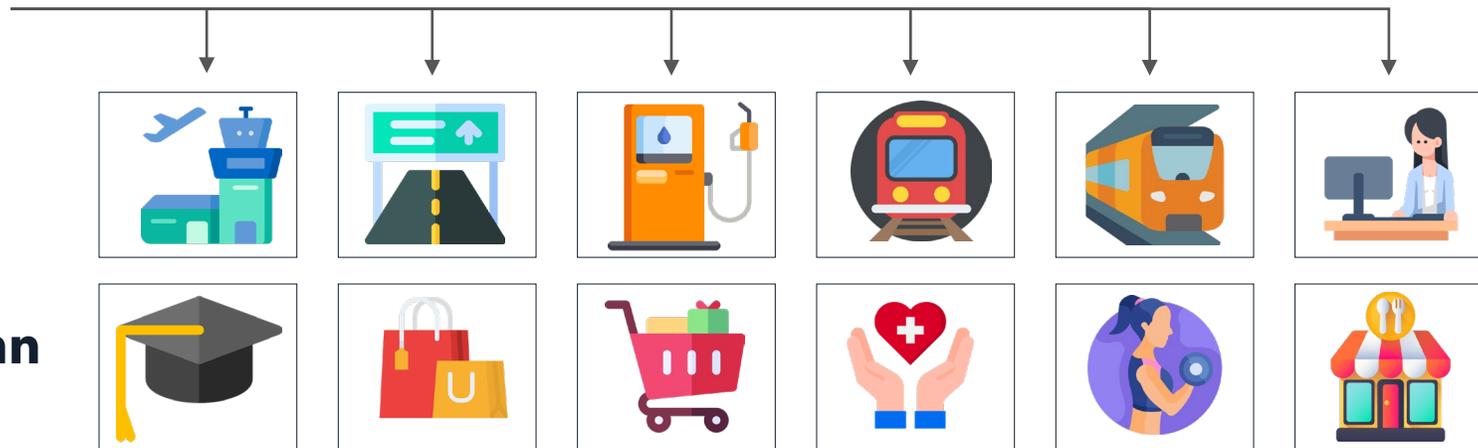
## Studiendesign

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

# Stufe 1: Erfassung der Mobilität



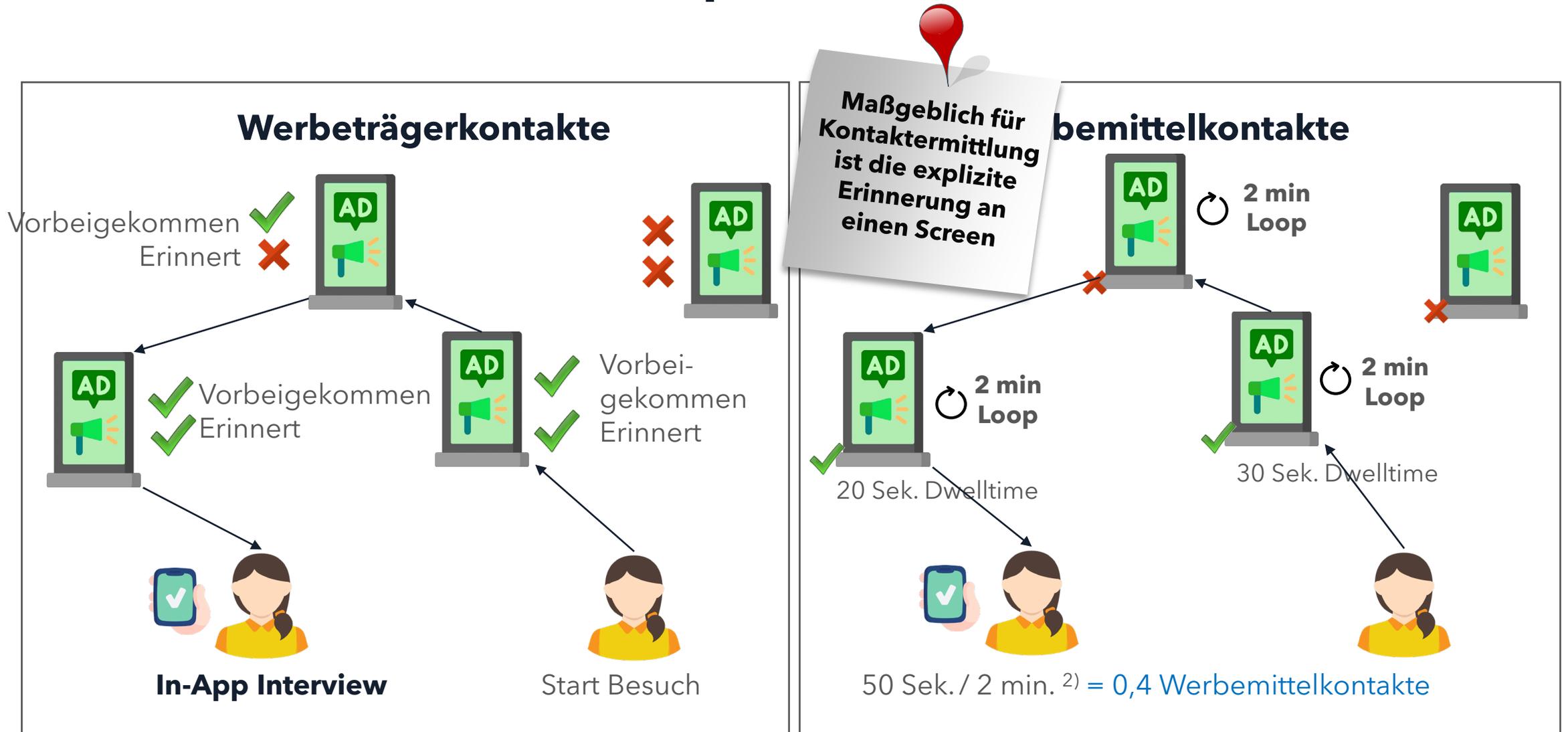
Wer geht wann  
wohin?



## Repräsentativ

- 15.000 CAWI Interviews plus ca. 2.000 CAPI Interviews (bevölkerungsrepräsentativ)
- Tracking-Panel mit 3.000 Probanden (bevölkerungsrepräsentativ) mit GPS-Tracking per Smartphone App
  - > zusätzlich 6.000 Fälle pro Jahr
- Messung der Besuchshäufigkeiten pro Touchpoint und DOOH- Netz

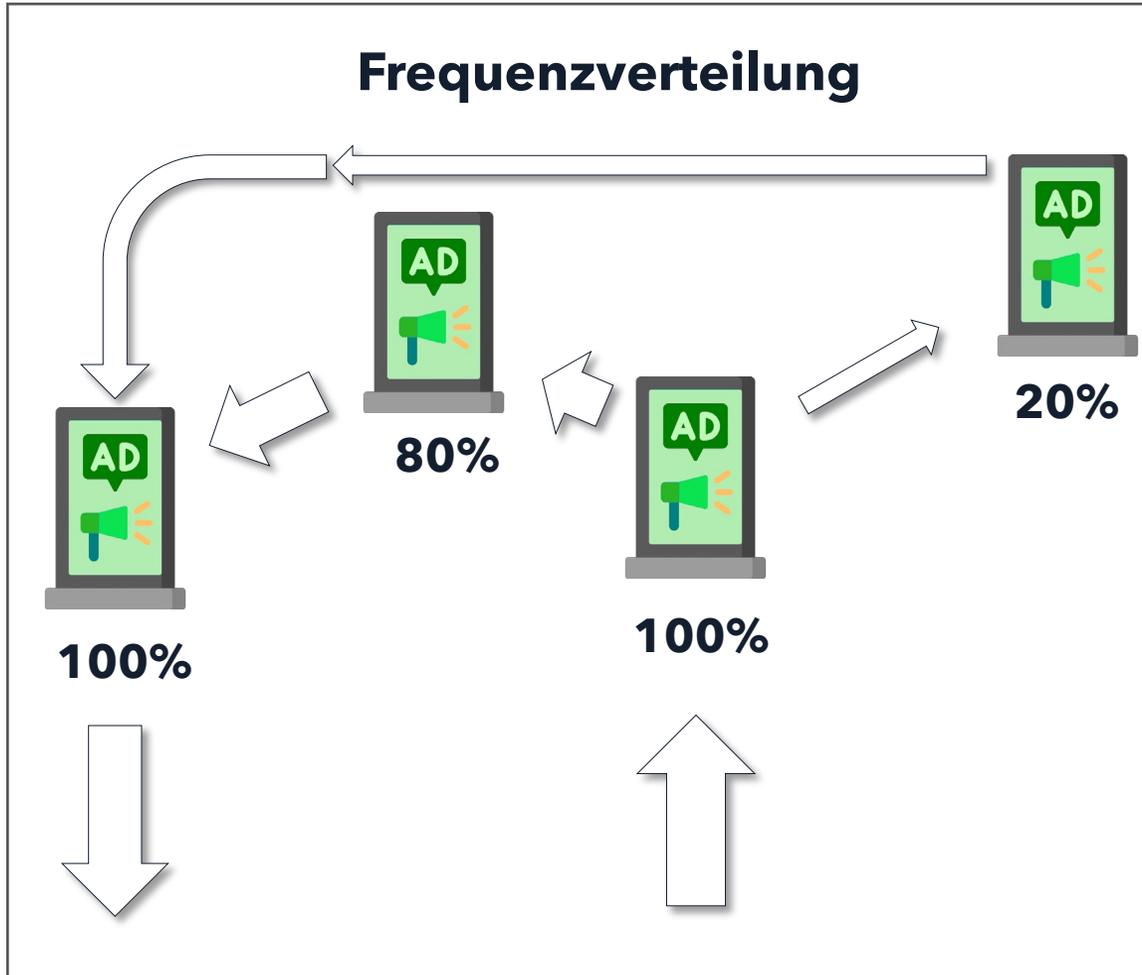
# Stufe 2: Interviews im Touchpoint 1)



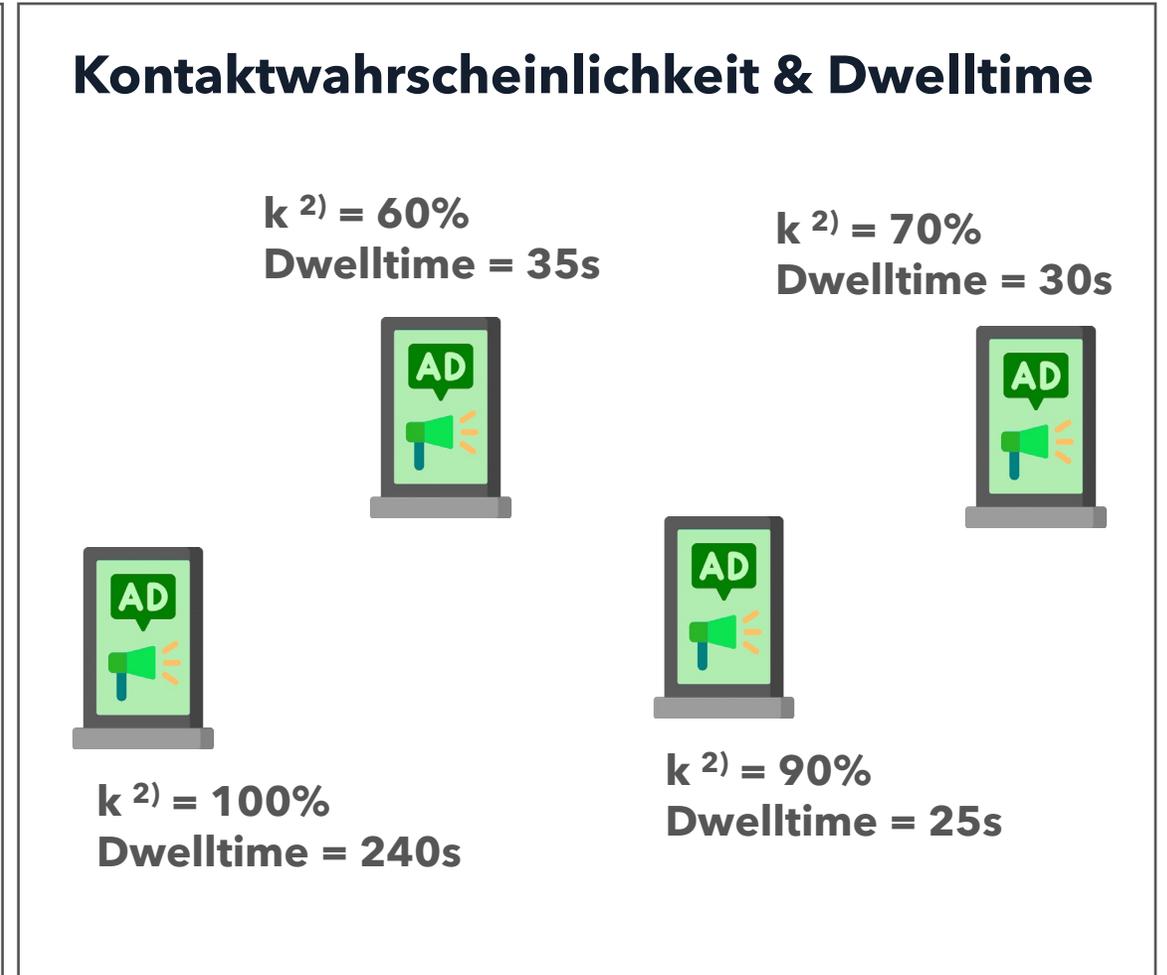
1) stark vereinfachte Darstellung

2) Verhältnis kumulierte Kontaktdauer zu Programmlänge

# Stufe 2: Ergebnisse 1)



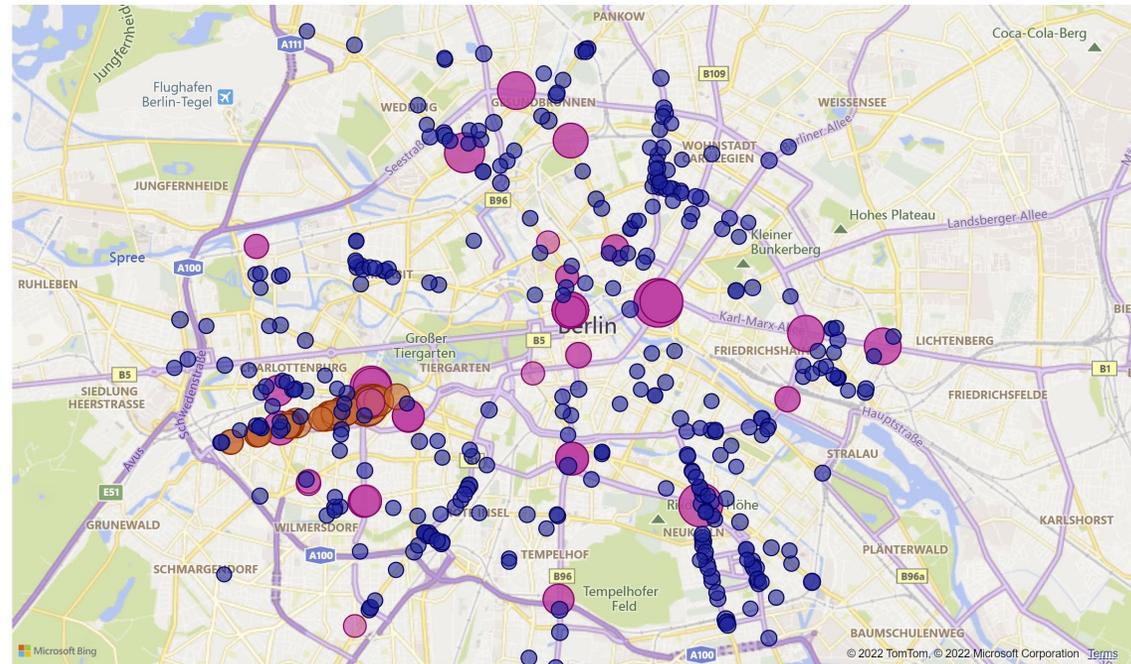
1) stark vereinfachte Darstellung



2) Wahrscheinlichkeit dass Screen gesehen wird

# „Stufe 3“: Daten für einzelne DOOH Locations

**Massendaten**  
Trackingdaten  
aus ca. 12 Mio.  
Smartphones

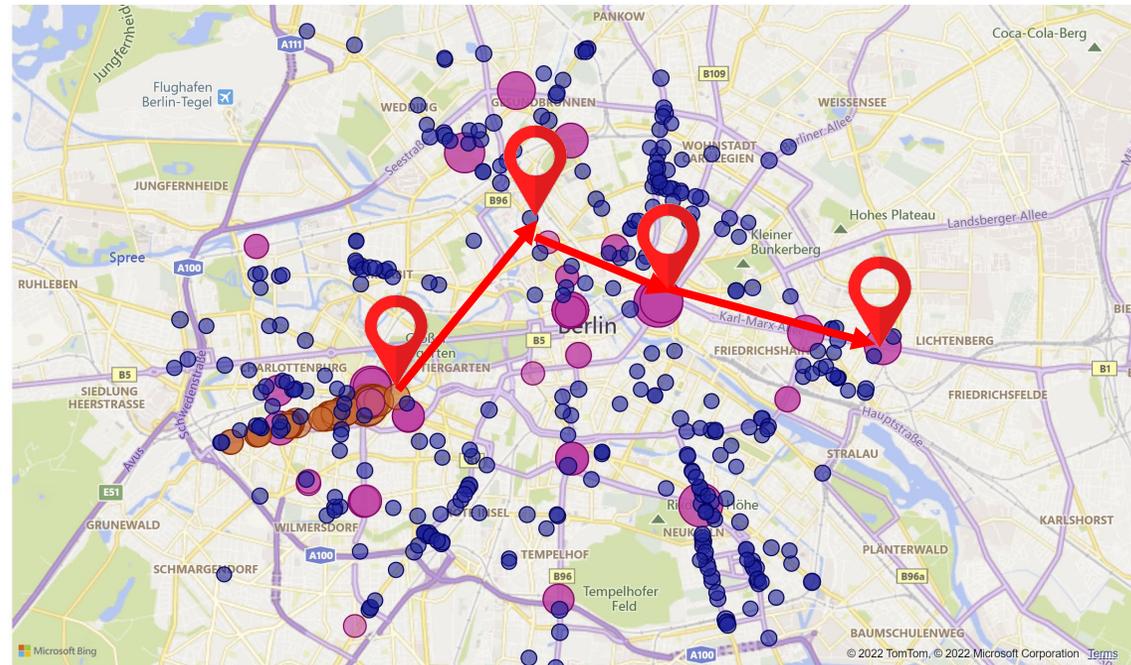


**Heute**  
**Auswertung**  
**location-centric**  
Wieviel Frequenz  
pro Location?  
Welche Zielgruppen  
pro Location

# „Stufe 3“: Daten für einzelne DOOH Locations



**Massendaten**  
Trackingdaten  
aus ca. 12 Mio.  
Smartphones

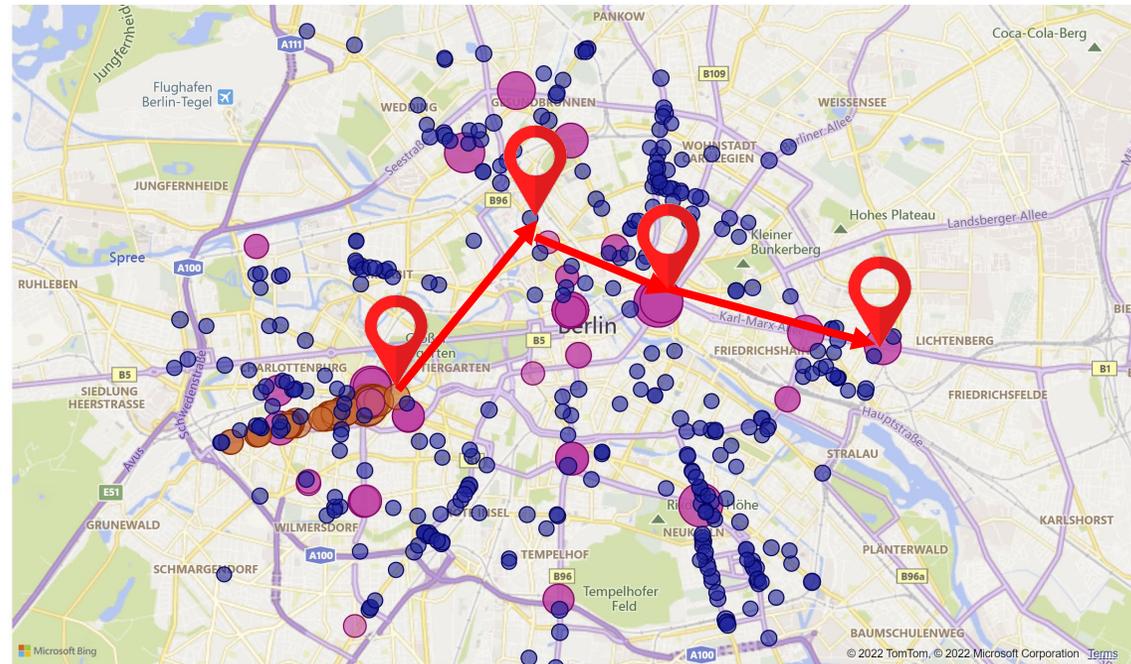


**Zukünftig**  
**Auswertung  
device-centric**  
Welche Locations  
besucht ein Device  
nacheinander?

# „Stufe 3“: Daten für einzelne DOOH Locations



**Massendaten**  
Trackingdaten  
aus ca. 12 Mio.  
Smartphones



**Zukünftig**

**Nettoreichweiten  
& Zähldatensätze  
(Planungstool)  
für einzelne  
Standorte**



**Massendaten  
werden zur  
zentralen Säule**  
Repräsentativstudie  
setzt Rahmen und  
stabilisiert

# 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 Kassenbons 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.

# 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)

## Kontakte je Screen

- Mit den Ergebnissen 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.

# Zeitplan Studie & Methode

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# **IDOOH Venue Taxonomy**

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

# Vorschläge für Aktualisierungen

- Tankstelle > Double Tagging: Retail
- Neue Kategorie: Lottoannahmestellen
- Screens vor Supermarkt/Mall  
> Double Tagging: Outdoor



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

[frank.goldberg@idooh.media](mailto:frank.goldberg@idooh.media)  
[www.idooh.media](http://www.idooh.media)