

IDOOH

AG Mafo & Programmatic DOOH

25. Oktober 2023

Agenda



1. Aktuelle Methode
2. Ergebnisse Proof of Concept Hamburg
3. Zeitplan Studie & Methode 3.0
4. Aktualisierung IDOOH Venue Taxonomy
5. mediMACH & IDOOH Academy
6. Aktualisierungen P&PS 2.0

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

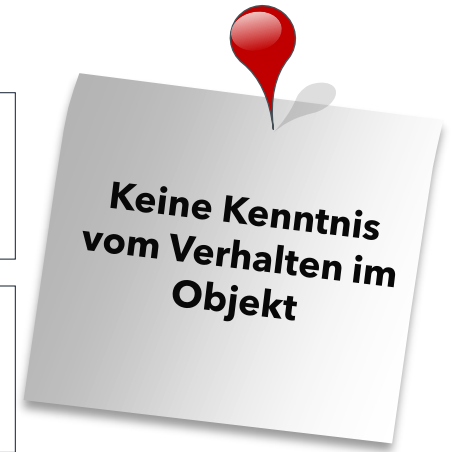
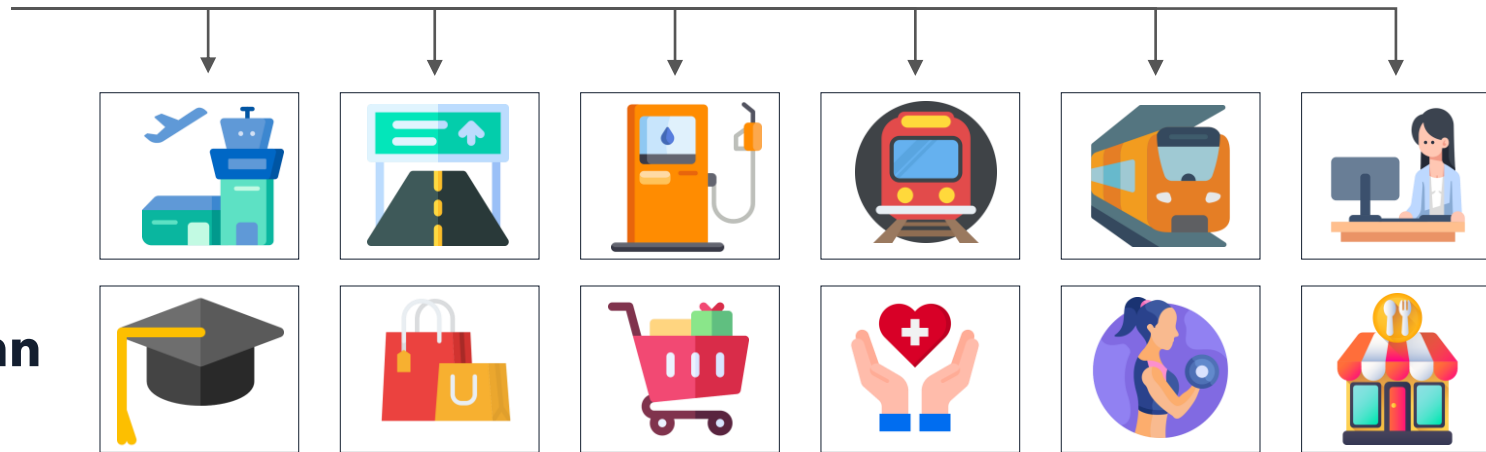
Studiendesign

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

Stufe 1: Erfassung der Mobilität



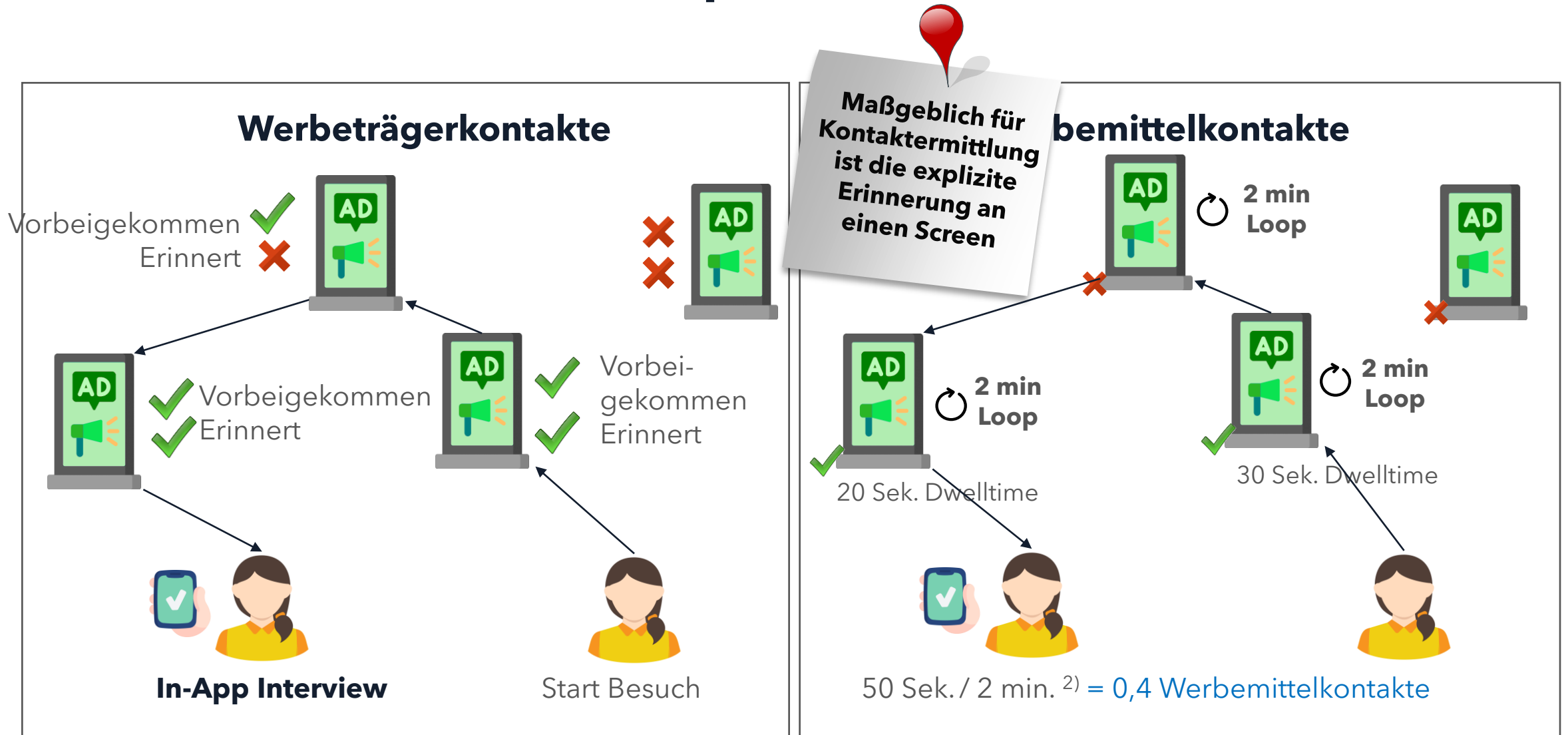
Wer geht wann
wohin?



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

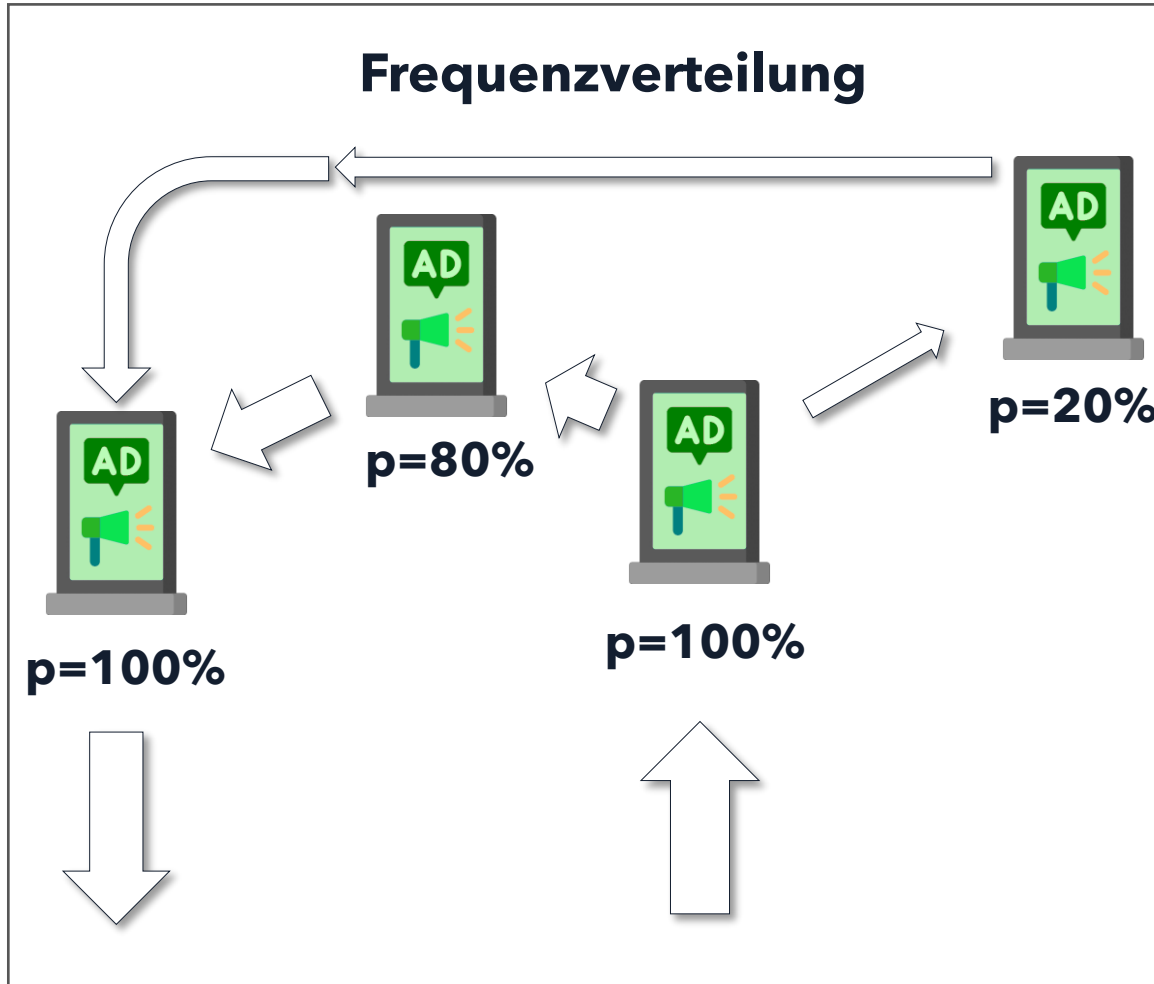
Stufe 2: Interviews im Touchpoint 1)



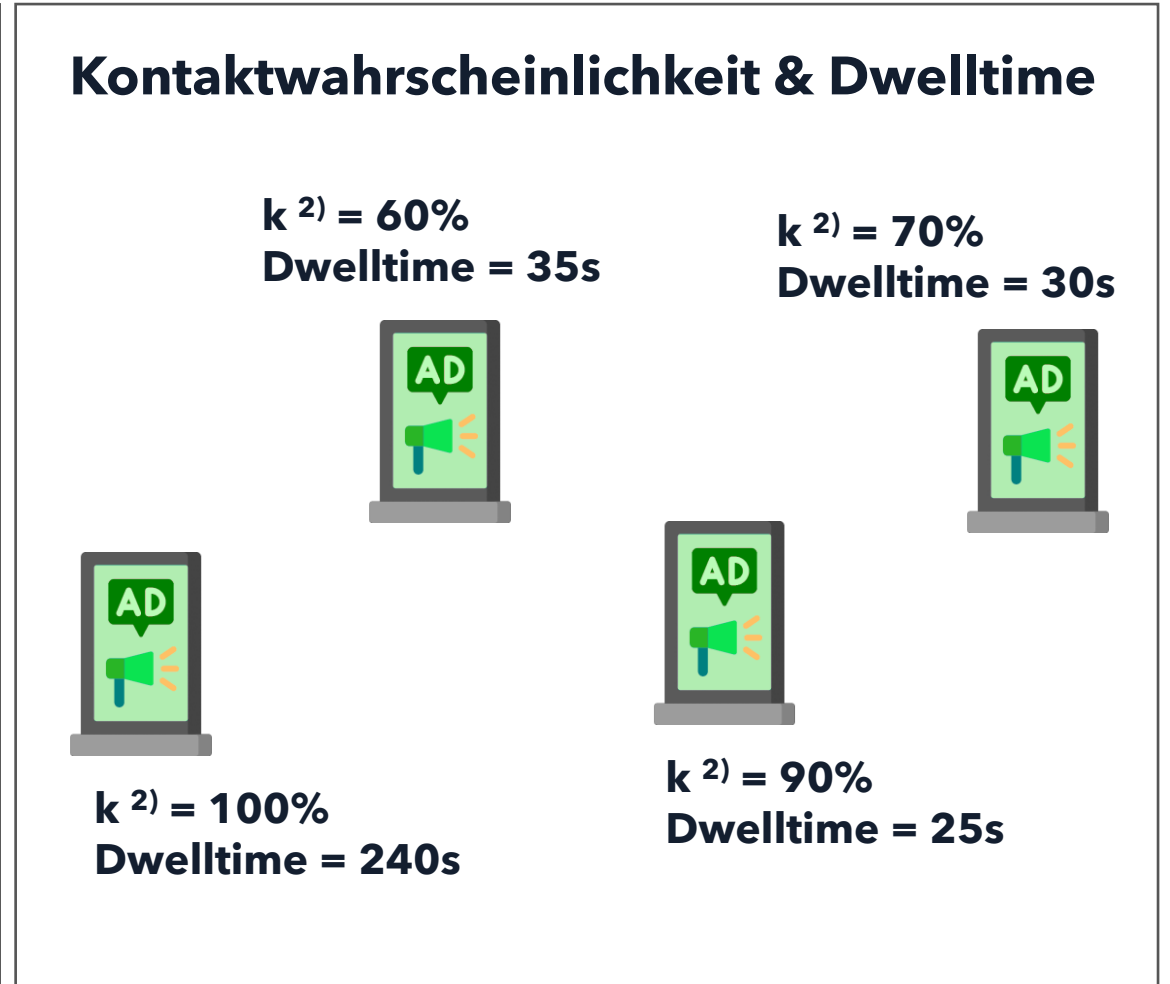
1) stark vereinfachte Darstellung

2) Verhältnis kumulierte Kontaktdauer zu Programmlänge

Stufe 2: Ergebnisse 1)



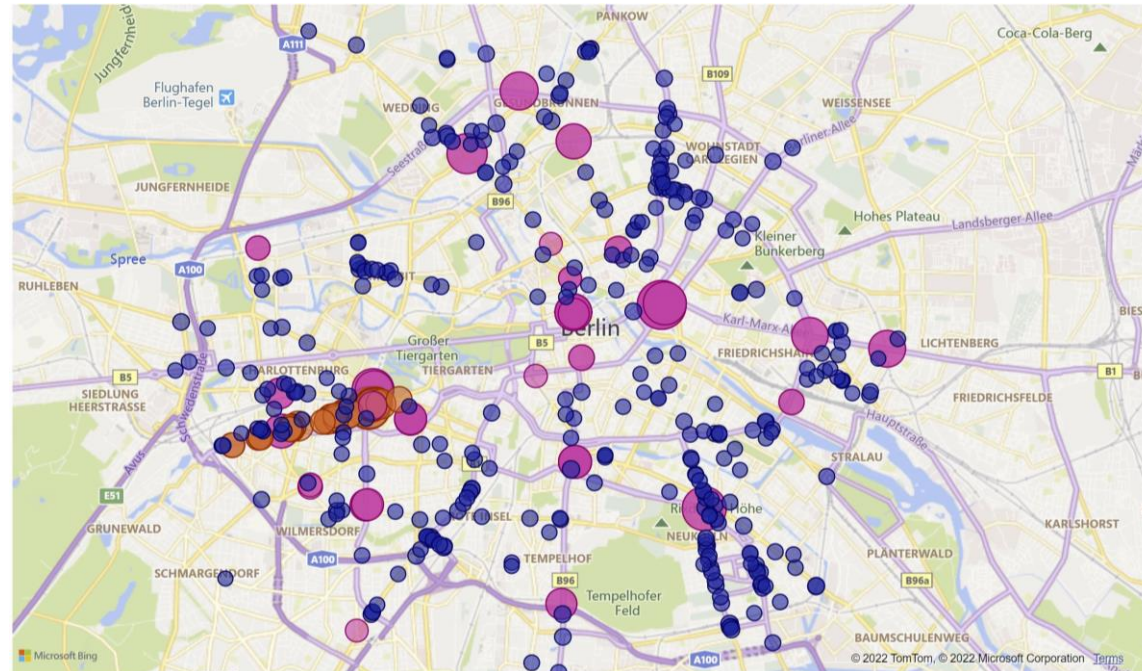
1) stark vereinfachte Darstellung



2) Wahrscheinlichkeit, dass Screen gesehen wird

„Stufe 3“: Daten für einzelne DOOH Locations

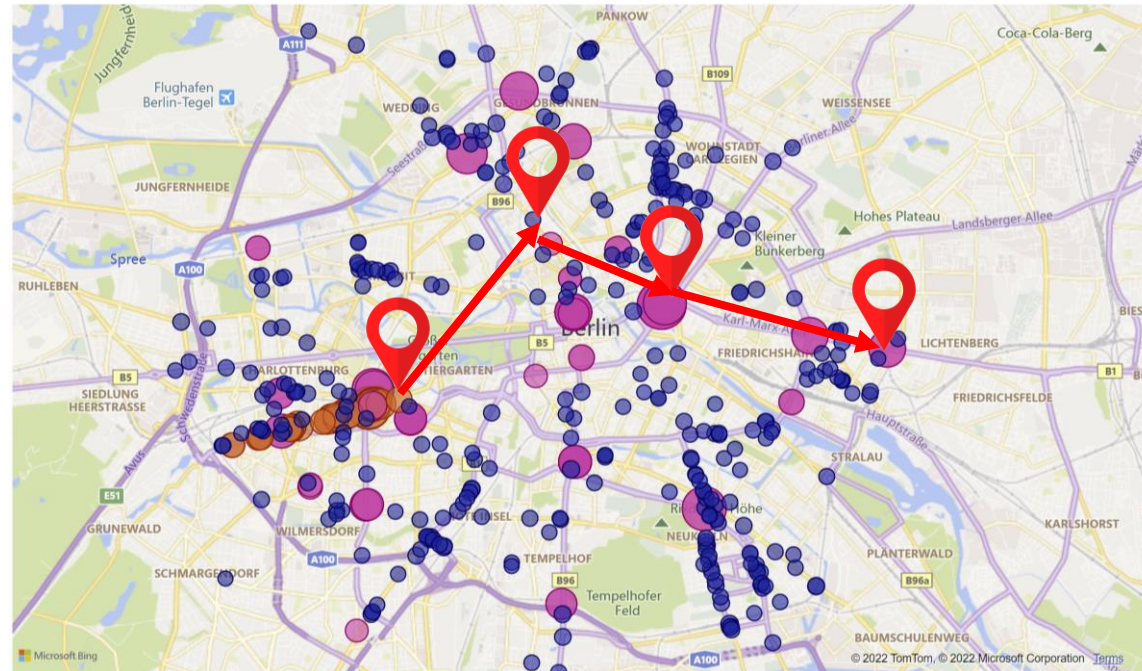
Massendaten
Trackingdaten
aus ca. 12 Mio.
Smartphones



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

„Stufe 3“: Daten für einzelne DOOH Locations

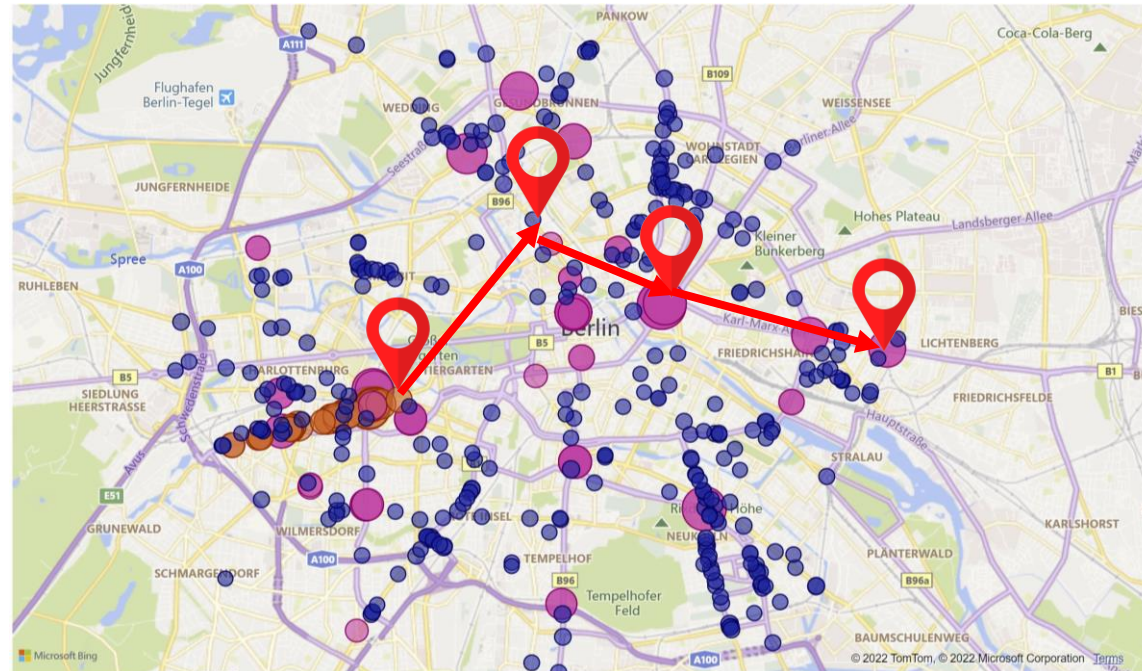
Massendaten
Trackingdaten
aus ca. 12 Mio.
Smartphones



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
& Zählensätze
(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 Dwelltimes 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 Dwelltimes 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 Dwelltimes in den Einrichtungen nach Besuch der Einrichtung
- Messung per In-App Befragung im Tracking Panel (große Netze) oder durch Interviewer vor Ort (kleine Netze)

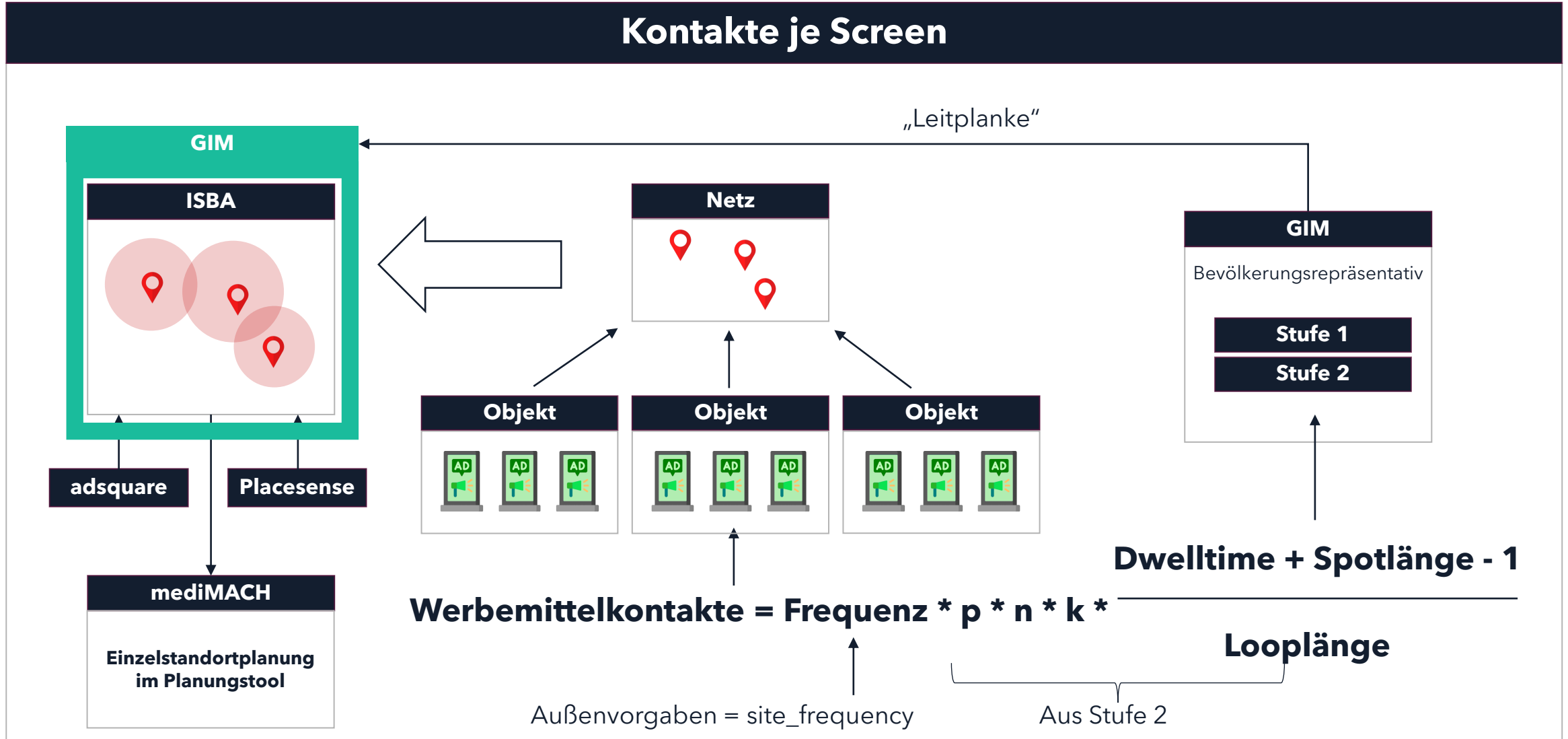
Stufe 3

- 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.

Das P&PS 3.0 Modell



Ergebnisse

Proof of Concept Hamburg

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Dreisäulenmodell

- Ergebnisse F2F Interviews Stufe 2
- $WMK = \text{Frequenz} * p * n * k * \{\text{DT-Term}\}$

Reichweiten-Kontaktmodell

Mobilitätsmodell

- Wird durch P&PS 3.0 wesentlich umfangreicher:
 - Von 20 TSD Fällen
 - Auf 500 TSD Fälle

Außenvorgaben

- Wird durch P&PS 3.0 deutlich granularer:
 - Frequenzen für jeden Standort

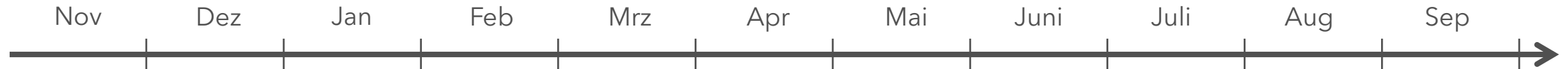
Stammdaten

- Wird für P&PS vereinheitlicht
- Wird durch P&PS 3.0 deutlich granularer:
 - Stammdaten für jeden Screen

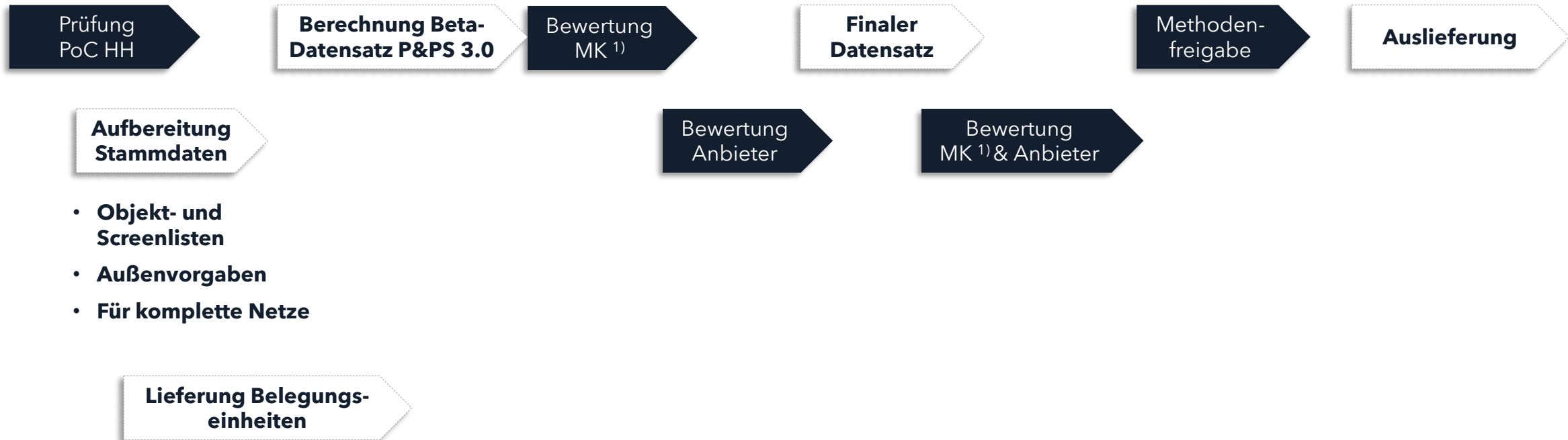
Zeitplan Studie & Methode

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Zeitplan Methode



P&PS 3.0






¹⁾ Methodenkommission

IDOOH Venue Taxonomy

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

Vorschläge für Aktualisierungen

- Tankstelle > Double Tagging: Retail 
- Neue Kategorie: Lottoannahmestellen 
- Screens vor Supermarkt/Mall
> Double Tagging: Outdoor 
- Supermarkt/Tankstelle: Eingang indoor/outdoor
- Tankstelle wie Autobahn ?
- Convenience: Instore statt Indoor
- Pharmacy: Instore statt Indoor



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

frank.goldberg@idooh.media
www.idooh.media