

Klein Report

Donnerstag, 29. März 2001

**Der Mediendienst der
Schweizer Kommunikationsbranche.
Erscheint täglich und kostenlos.**

Redaktion Klein Report
Kleinstrasse 16
8008 Zürich

Tel. 0041 43 244 92 80
Tel. 0041 43 244 92 81

Ursula Klein:
Tel. 0041 79 421 34 76

Mail: info@kleinreport.ch

Nachrichtenagentur:
Schweizerische Depeschagentur (SDA), Bern
Diese Nachrichten-Artikel sind nur zum
persönlichen Gebrauch bestimmt.
Vervielfältigung, Publikation oder
Speicherung der Daten in Datenbanken,
jegliche kommerzielle Nutzung sowie die
Weitergabe an Dritte sind nicht gestattet

Copyright © by Press Media AG,
Klein Report - alle Rechte vorbehalten:
Jegliche Vervielfältigung auf jedem Medium,
ob in Teilen oder im Ganzen, ist nur mit
ausdrücklicher Genehmigung der
Press Media AG erlaubt.

Gemeinsame Plakاتفorschung von Plakanda und APG

Die beiden Plakatgesellschaften Plakanda und APG haben sich nach langen und zähen Gesprächen, die über ein Jahr dauerten, auf gemeinsame Ziele bei der Plakاتفorschung geeinigt. Privat-Dozent Dr. Martial Pasquier, der die Gespräche der Projektgruppe moderierte, hat die Ergebnisse am Donnerstag an der Jahrestagung des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbandes (SWA) präsentiert. Der Auslöser für eine gemeinsame Forschung war, dass die heute in der Schweiz von beiden grossen Plakatgesellschaften angewendeten Forschungsmethoden veraltet sind und untereinander nicht kompatibel waren. Der neue gemeinsame Forschungsansatz geht einerseits vom Verhalten von Personen in Bezug auf die Plakatstellen aus (Mobilitätsanalyse) und andererseits von den Merkmalen jeder einzelnen Plakatstelle (Einzelstellenanalyse mit Sichtbarkeitsfaktoren). Bei der Mobilitätsanalyse wird eine gemeinsame Projektgruppe die Anwendung von GPS-Technologie prüfen. Diese beinhaltet die Übertragung der von den Personen effektiv zurückgelegten Wegstrecken auf nummerische Karten. Bei den Sichtbarkeitsfaktoren konnten sich Plakanda und APG auf die sechs wichtigsten Kriterien einigen: Entfernung/Einsehbarkeit, Winkel gegenüber dem Verkehrsfluss bzw. Position der Plakatstellen, Anzahl Flächen pro Stelle (Häufung), Beleuchtung, permanente Sichthindernisse und Wartesituation (Ampeleffekt). Die Projektgruppe will dieses Jahr ein Konzept mit einem konkreten Vorgehensplan präsentieren, so dass die Erhebungen im nächsten Jahr stattfinden können. Ziel sind einheitliche, messbare Leistungswerte mit effektiven Kontakten für einzelne Plakatstellen sowie Plakatnetze. Die Ermittlung dieser Werte erfolgt durch unabhängige Experten. Am Rande der SWA-Tagung sagte Peter Gmür, Präsident und CEO der Plakanda, dem Klein Report: «Der Durchbruch in der Plakاتفorschung wird den Plakatmarkt viel transparenter gestalten, zum grossen Vorteil der Werber.»