SPR+
Swiss Poster Research Plus

SPR+ Expert Merkblatt

Inhalt

1. Wichtige Links 3
2. Ablauf Kampagnenempfehlung im Modul Studio → Grobplanung 3
3. Ablauf Kampagnenbewertung im Modul Planning → Detailplanung 4
4. Hilfe zur Interpretation der Leistungswerte 7
5. Wichtige Begriffe 8
   - 5.1 SPR+ Werbeflächenkontakt 8
   - 5.2 Kontaktwert Z 8
   - 5.3 Kontaktwert U 8
   - 5.4 Eff. Kontaktwert Z Alle 8
   - 5.5 Eff. Kontaktwert U Alle 9
   - 5.6 Kontaktkategorie 9
   - 5.7 Kontaktklasse 9
   - 5.8 Reichweite 9
6. Offerten 10
   - 6.1 XML Offerte 10
   - 6.2 Excel Offerte 10
7. Wichtige Neuerungen im SPR+ Expert 11
   - 7.1 DOOH 11
   - 7.2 Digitale Flächen 11
   - 7.3 Attribute 12
   - 7.4 Fotos 12
   - 7.5 Anzahl Ausstrahlungen 12

7.6 Formate 13
7.7 Kampagnendauern von bis zu 365 Tagen 13
7.8 JSON 13
7.9 Gültigkeit 13
7.10 MobNat 13
7.11 Bevölkerung und Gebietshierarchie im SPR+ Expert 14
7.12 Zielgebiete und Universen im SPR+ Expert 14
7.13 Erstellung von individuellen Zielgebieten 14
7.14 Altersintervalle 16
7.15 Zuweisung von ZGs zu Sprachregionen als Subuniversen bei U CH 17
7.16 Gliederung ZAF, AFZ, FZA 17
7.17 Gliederungsansicht UZO 18
7.18 Bewertungsausschluss 18
7.19 Bewertungsansicht 19
7.20 Bewertungsansicht Graphiken 19
7.21 Hinzufügen von eigenen Layern 19
7.22 Einschaltplan 21
7.23 SPR+ Expert Installer installieren 21

SPR+
Swiss Poster Research Plus

In diesem Merkblatt werden die wichtigsten Abläufe und Informationen zur Nutzung von SPR+ Expert zusammengefasst.

1. Wichtige Links

SPR+ Expert Lizenz bestellen

https://lizenzen.spr-plus.ch/

Download Link für den SPR+ Expert Installer mit dem das SPR+ Expert gestartet werden kann. Anleitung dazu siehe in Kapitel 8.23.

Für Windows: https://expert.spr-plus.ch/installers/ExpertSetup.exe

Für Mac: https://expert.spr-plus.ch/installers/Expert-Mac-4.0.3.dmg

SPR+ Expert starten unter Java 8 (nicht mehr empfohlen)

https://expert.spr-plus.ch

SPR+ Homepage

www.spr-plus.ch

2. Ablauf Kampagnenempfehlung im Modul Studio → Grobplanung

① Auf der Startmaske den Button Neu drücken

② Menu Ansicht → Studio wählen oder den Button Studio drücken

③ Register Planungskriterien

   a. Zielgruppe / Kampagnendauer und Format angeben

   b. Budget und / oder Leistungsvorgaben setzen

   c. Kontaktklasse auswählen

④ Register Zielgebiete

a. Universum auswählen

b. Gewünschte Zielgebiete in der Zielgebietsauswahl auswählen und mit dem Pfeil Button nach rechts schieben. Die ausgewählten Zielgebiete lassen sich als *.trg Datei speichern und können in einer neuen Bewertung wieder geladen werden. Ausserdem lassen sich die ausgewählten Zielgebiete auch nach Excel exportieren

⑤ Register Empfehlung

a. Empfehlung berechnen

b. Empfehlung analysieren, Kriterien ändern. Grafiken zur Universums- und Zielgebietsleistung, dem Kostensplitt und dem Kosten/Nutzen pro Zielgebiet konsultieren

c. Wird auf Zielgebietsebene die Empfehlung manuell übersteuert (durch Schieben der Regler), muss danach mit dem Button Universumswerte berechnen das Universum neu berechnet werden

d. Empfehlung kann nach Excel exportiert werden

⑥ Mit Datei → Kampagne speichern die Empfehlungskonfiguration als *.spr Datei ablegen

3. Ablauf Kampagnenbewertung im Modul Planning → Detailplanung

① Auf der Startmaske den Button Neu drücken

② Menu Ansicht → Planning wählen oder den Button Planning drücken

③ Register Stammdaten

a. Kampagneninformationen und ggf. das Sujet angeben

b. Die zu bewertenden Anbieterofferten importieren

④ Register Zielgebiete

a. Universum auswählen

b. Zielgebietszuordnung falls nötig anpassen (alle Zielgebiete aus den importierten Offerten sind anhand der Flächen automatisch gesetzt). Neu besteht die Möglichkeit, Zielgebiete individuell zu erstellen

⑤ Register Bewertungskriterien

a. Auswählen der Zielgruppe. Neu besteht die Möglichkeit, die Zielgruppe nach individuellem Altersintervall auszuwählen

b. Referenzgruppe angeben (Vergleich Zielgruppe mit Referenzgruppe)

c. Kontaktklasse angeben. Die Studie AM4DOOH hat gezeigt, dass digitale Spots länger und wiederholter vom menschlichen Auge betrachtet werden als analoge Flächen. Daher hat der Planer die Möglichkeit, unterschiedliche Kontaktklassen für OOH und DOOH zu wählen. Die default Einstellung ist 5 für analog und 1 für digital. SPR+ ist der Auffassung, dass so die unterschiedliche Kontaktqualität bei der Kampagnenleistung berücksichtigt werden kann. Die digitale Kontaktklasse muss kleiner oder gleich der analogen sein.

d. Optional: Haken zur grafischen Anzeige der Kontaktverteilung setzen (Berechnungszeit für die Bewertung steigt). Die Kontaktverteilung kann nicht dargestellt werden, wenn unterschiedliche Kontaktklassen für analog und digital gewählt wurden.

⑥ Register Flächenliste

a. Optional: Manuelle Eingabe von zusätzlichen Flächen

b. Optional: Einzelne Flächen löschen (Achtung: beim Löschen von Netzflächen wird das ganze Netz gelöscht)

c. Auf der Karte können einzelne oder alle Flächen visualisiert werden

d. Die Kontaktwerte sind erst nach einer Bewertung in der Flächenliste verfügbar

e. Kampagne bewerten

⑦ Register Bewertung

a. Leistungswerte der bewerteten Offerten betrachten / interpretieren

b. Grafiken zum Kostensplitt, Kosten / Nutzen, RW-Kurve und der Kontaktverteilung konsultieren (kopieren der Grafiken durch rechte Maustaste)

c. In der Vergleichsansicht können verschiedene Bewertungen gegenübergestellt werden

⑧ Visualisierung

a. Kampagne auf Google Maps Karte visualisieren

b. Ein- und ausblenden der Standard-Layer

c. Laden und visualisieren von eigenen Layern. Die Layer müssen dem Google Format *.kml entsprechen. Nähere Informationen dazu unter „Neuerungen im SPR+ Expert“

d. Um die Karte in ein Dokument einzufügen, klicken Sie auf „Karte kopieren“ und fügen diese über die Zwischenablage mit „Einfügen“ dort ein

⑨ Register Flächenliste

a. Die Kontaktwerte der bewertbaren Flächen sind jetzt in der Flächenansicht verfügbar. Es wird der Kontaktwert für das gewählte Zielgebiet und der Kontaktwert für das gewählte Universum für jede bewertbare Fläche ausgewiesen

b. Einschaltplan erstellen

⑩ Einschaltplan

a. Im Tabellenblatt Kostenübersicht Rabatte, Beraterkommission, Abgaben und ggf. Bemerkungen eingeben

b. Einschaltplan als Excel speichern

⑪ Kampagne als *.spr Datei ablegen (Datei → Kampagne speichern)

4. Hilfe zur Interpretation der Leistungswerte

Zielgebiete	Flächen gesamt	Flächen bewertet (Universum)	Flächen bewertet (Zielgebiete)	Zielgruppe in 1'000 (A)	RW in % ≥1 (B)	RW in % (C)	RW in 1'000 (D)	Ø-PK (OTS) (E)	Σ-PK in 1'000 (F)	GRP (G)	Bruttokosten in 1'000 (H)	TKP (I)	CPP (J)	Affinität (K)
Summe aller Zielgebiete	**1'278**	**1'272**	**1'272**	**4'984**	**95**	**78**	**3'907**	**29**	**113'237**	**2'272**	**579**	**5**	**255**	**100**
Agglomeration Aarau	18	18	18	76	92	73	56	21	1'157	1'515	8	7	5	100
Agglomeration Amriswil-Romansh...	11	11	11	23	83	58	13	24	316	1'382	4	12	3	100
Agglomeration Arbon-Rorschach (...	17	17	17	51	87	67	34	28	943	1'844	6	6	3	100

A Potential der Zielgruppe (Anzahl Personen in 1'000)

B Reichweite in % berechnet mit Kontaktklasse ≥ 1: klassische Reichweite, Person hat mindestens einen positiven gewichteten Kontakt mit der Kampagne gehabt.

C Reichweite in % berechnet gemäss der definierten Kontaktklasse

D Reichweite in 1’000 der Zielgruppe (**A** x **C**)

E Durchschnittliche Werbeflächenkontakte = OTS (Opportunity to see) = Der OTS ist die durchschnittliche Kontaktsumme der Personen, welche in die Reichweite gemäss der gewählten Kontaktklasse fallen.

F Summe der gewichteten Werbeflächenkontakte (**D** x **E**); von Personen der Zielgruppe, die in die Reichweite gemäss der gewählten Kontaktklasse fallen.

G GRP (Gross Rating Points) = Werbedruck (**C** x **E**)

H Bruttokosten in 1’000

I TKP (Tausend-Kontakte-Preis) = Preis für 1'000 gewichtete Werbeflächenkontakte

((**H** x 1000) / **F**))

J CPP (Costs per point) ((**H** x 1000) / **G**)

K Affinität - ((Reichweite Zielgruppe / Reichweite Referenzzielgruppe) x 100)

5. Wichtige Begriffe

5.1 SPR+ Werbeflächenkontakt

Der Werbeflächenkontakt ist die nach Sichtbarkeit gewichtete Passage einer Person durch den Beachtungsraum einer Werbefläche bzw. eines Spots auf einer digitalen Werbefläche

5.2 Kontaktwert Z

Der pro bewertbare Werbefläche ausgewiesene Kontaktwert Zielgebiet entspricht immer der Summer aller Werbeflächenkontakte, die von den im Zielgebiet (in dem die Werbefläche steht) wohnhaften Personen (im Alter 15+) während 7 Tagen generiert werden. Bei digitalen Flächen basiert dieser Wert auf einer Standard-Spot-Loop-Länge von 10/60 Sekunden während der Betriebsdauer. Wenn mehrere Zeitschienen auf demselben Screen gebucht sind, zeigt jede Zeitschiene denselben theoretischen Wert, welcher auf Screenebene dann nochmals kumuliert wird. Der Kontaktwert Zielgebiet wird erst nach Betätigung der Bewerten Schaltfläche in der Flächenliste angezeigt. Vorher ist das Feld leer.

5.3 Kontaktwert U

Der pro bewertbare Werbefläche ausgewiesene Kontaktwert Universum entspricht immer der Summer aller Werbeflächenkontakte, die von den im Universum (in dem die Werbefläche steht) wohnhaften Personen (im Alter 15+) während 7 Tagen generiert werden. Bei digitalen Flächen basiert dieser Wert auf einer Standard-Spot-Loop-Länge von 10/60 Sekunden während der Betriebsdauer. Wenn mehrere Zeitschienen auf demselben Screen gebucht sind, zeigt jede Zeitschiene denselben theoretischen Wert, welcher auf Screenebene dann nochmals kumuliert wird. Der Kontaktwert Universum wird erst nach Betätigung der Bewerten Schaltfläche in den Flächenliste angezeigt. Vorher ist das Feld leer.

5.4 Eff. Kontaktwert Z Alle

Der pro bewertbare Werbefläche ausgewiesene eff. Kontaktwert Zielgebiet entspricht immer der Summe aller Werbeflächenkontakte, die von den im Zielgebiet (in dem die Werbefläche steht) wohnhaften Personen (im Alter 15+) während des effektiv gebuchten Zeitraumes generiert werden. Bei digitalen Flächen werden die effektiv gebuchte Zeitschiene und die effektiv gebuchte Spot- und Looplänge berücksichtigt. Der Kontaktwert wird erst nach Betätigung der Bewerten Schalfläche in der Flächenliste angezeigt. Vorher ist das Feld leer.

5.5 Eff. Kontaktwert U Alle

Der pro bewertbare Werbefläche ausgewiesene eff. Kontaktwert Universum entspricht immer der Summe aller Werbeflächenkontakte, die von den im Universum (in dem die Werbefläche steht) wohnhaften Personen (im Alter 15+) während des effektiv gebuchten Zeitraumes generiert werden. Bei digitalen Flächen werden die effektiv gebuchte Zeitschiene und die effektiv gebuchte Spot- und Looplänge berücksichtigt. Der Kontaktwert wird erst nach Betätigung der Bewerten Schalfläche in der Flächenliste angezeigt. Vorher ist das Feld leer.

5.6 Kontaktkategorie

Für Flächen mit einem Kontaktwert oder einem Kontaktwert kleiner 5000 wird nicht der scharfe Wert ausgewiesen, sondern die Kontaktkategorie ≤ 5000.

5.7 Kontaktklasse

Die Kontaktklasse definiert jeweils das Minimum der zu erreichenden Kontaktsumme einer Einzelperson für deren Berücksichtigung in der Reichweitenberechnung. Wählt man zum Beispiel eine Kontaktklasse ≥ 5 so fallen nur noch Personen in die Reichweite, deren aufsummierte gewichtete Werbeflächenkontakte in der Summe 5 oder mehr ergeben. Die Studie AM4DOOH hat gezeigt, dass digitale Spots länger und wiederholter vom menschlichen Auge betrachtet werden als analoge Flächen.

Daher hat der Planer die Möglichkeit, unterschiedliche Kontaktklassen für OOH und DOOH zu wählen. Die default Einstellung ist 5 für analog und 1 für digital. SPR+ ist der Auffassung, dass so die unterschiedliche Kontaktqualität bei der Kampagnenleistung berücksichtigt werden kann. Die digitale Kontaktklasse muss kleiner oder gleich der analogen sein.

5.8 Reichweite

Die Reichweite ist abhängig von der gewählten Kontaktklasse. Beispiel: Bei Kontaktklasse ≥ 5 fallen alle diejenigen Personen in die Reichweite, deren aufsummierte, nach Sichtbarkeit gewichtete Werbeflächenkontakte mit den individuellen Flächen der spezifischen Kampagne in der Summe insgesamt 5 oder mehr ergeben. Da die Reichweite in MobNat auf einer Wahrscheinlichkeitsfunktion basiert, ist die kleinste wählbare Kontaktklasse ≥ 1.

6. Offerten

Ins SPR+ Expert können Anbieter Offerten als XML und als Excel importiert werden. Für den schnelleren Upload besteht ausserdem die Möglichkeit, das XML oder das Excel als ZIP File ins Tool zu importieren.

6.1 XML Offerte

Das Standardformat für eine Offerte ist das XML Format. In einer von SPR+ definierten XSD Schnittstelle ist die Struktur für die XML Offerte genau definiert.

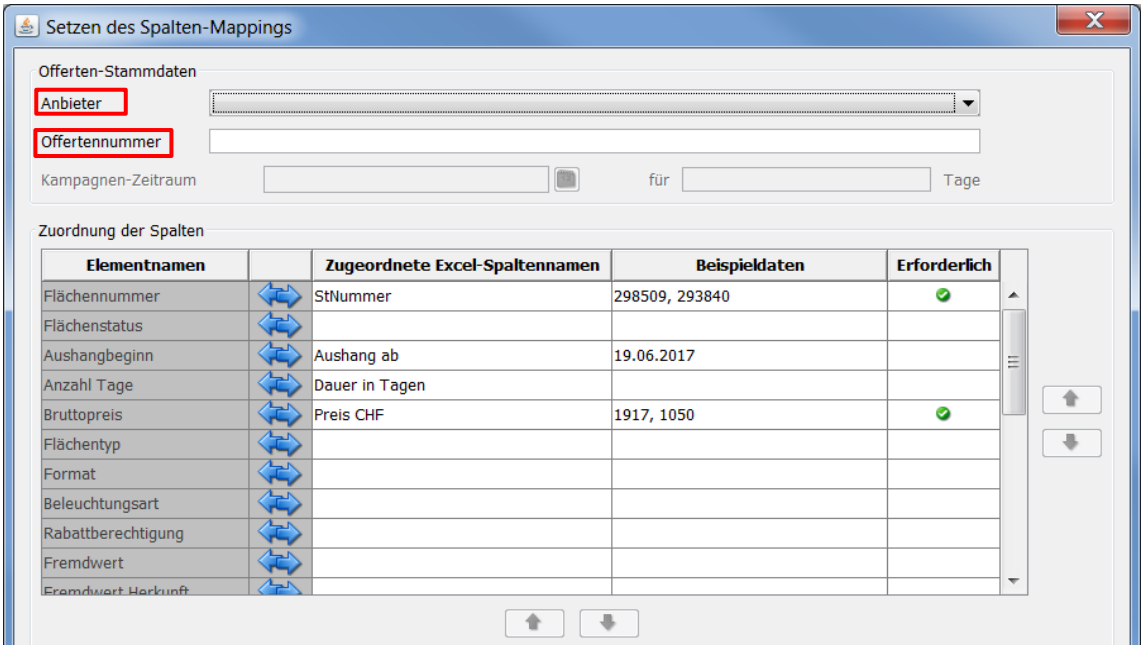
6.2 Excel Offerte

Offerten können auch als Excel ins SPR+ importiert werden. Für einen fehlerfreien Import der Excel Offerten ist auf die folgende Formatierung zu achten.

FLAECHE_ID	BRUTTO_PREIS	AUSHANG_BEGINN	ANZAHL_TAGE	LOOP_LAENGE	SPOT_LAENGE	AUSSTRAHLUNGS_BEGINN	AUSSTRAHLUNGS_ENDE	ANZAHL_AUSSTRAHLUNGEN	PLZ
749382	50	22.06.2020	7	60	10	06:00:00	12:00:00	2520	1700

Die Spaltenüberschriften müssen exakt wie im Beispiel benannt sein und in Zeile 1 der Excel Tabelle stehen, d.h. oberhalb der Spaltenüberschriften dürfen keine weiteren Zeilen stehen. Im Excel müssen die Zahlen als Zahlen ohne Tausendertrennstrich und ohne Kommastellen formatiert sein. Das Datum muss als Datum, wie im Beispiel formatiert sein. Weitere Spalten, zum Beispiel Adresse, dürfen in der Tabelle enthalten sein, sind jedoch nicht notwendig. Die kursiven Spalten müssen enthalten sein, wenn es sich um digitale Flächen handelt. Bei analogen Flächen können diese Spalten leer bleiben.

Beim Import der Offerte den Anbieter auswählen und die Offertennummer eintragen.



7. Wichtige Neuerungen im SPR+ Expert

7.1 DOOH

Digitale Flächen auf Strassen, Bahnhöfen und einigen Shopping-Centern sind seit dem 28.11.2019 im Modell integriert. Neben der Sichtbarkeitsgewichtung fliesst auch die Berücksichtigung der Schaltzeiten sowie der Spot- und Looplängen in den Kontaktwert ein. Ein Kontakt bedeutet: 1) Spot war physisch für den Passanten sichtbar und 2) Der Passant hat mit seinen Augen auch darauf geschaut.

7.2 Digitale Flächen

An allen Stellen im Tool, wo die Anzahl von Flächen aufgeführt wird, gehen nur die Anzahl der digitalen Werbeflächen ein – unabhängig davon, ob eine oder mehrere Zeitschienen auf der digitalen Werbefläche geschaltet sind. In der Flächenliste sind digitale Werbeflächen aufklappbar, wenn darauf mehrere Zeitschienen gebucht sind:

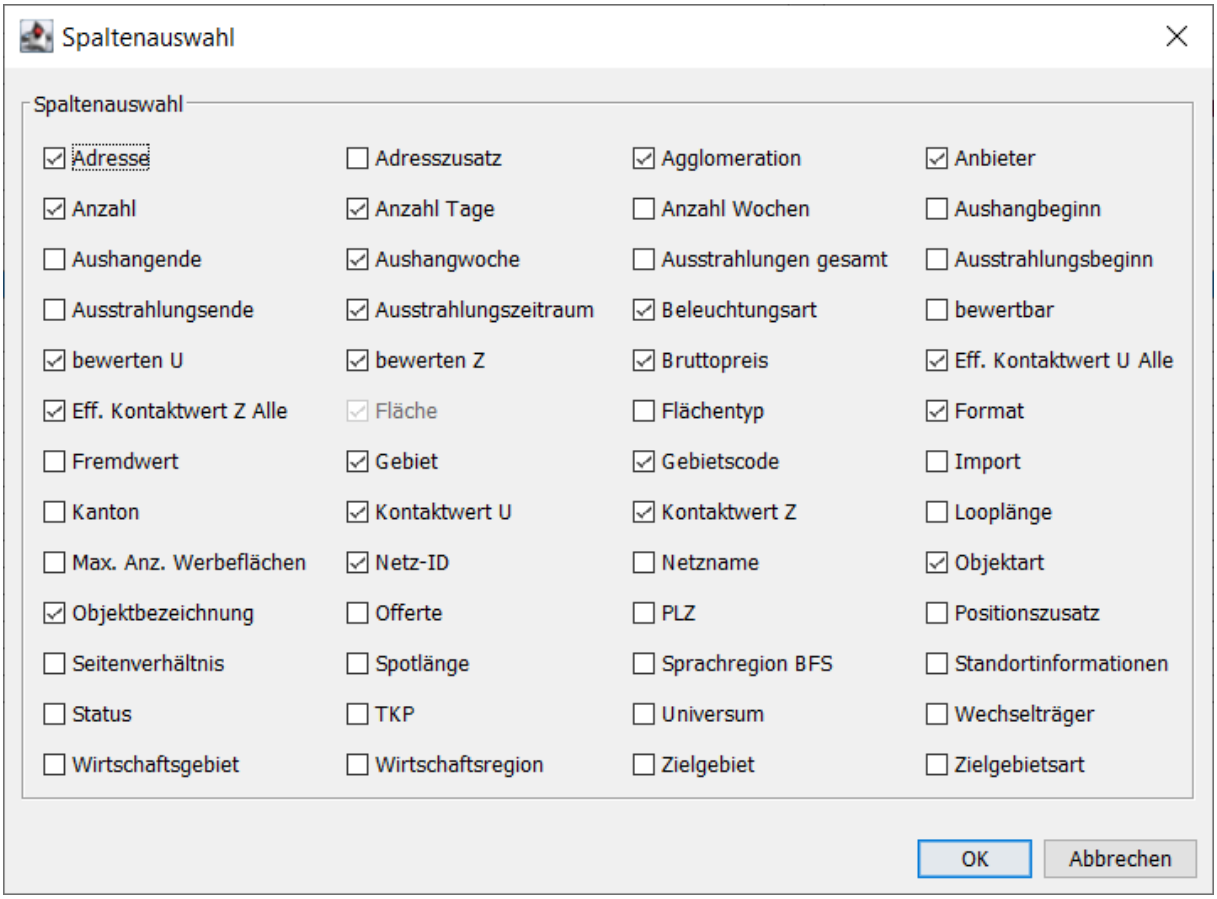
Flächenliste

Fläche	Format	Aushangbeginn	Anzahl Tage	Aushangwoche	Spotlänge	Looplänge	Ausstrahlungszeitraum
Kampagne	**64 x D20, 348 x D40, ...**	**03.11.2021**					
Kernstadt Aarau	**8 x D40, 2 x D80**	**03.11.2021**					
APG|SGA	**8 x D40, 2 x D80**	**03.11.2021**					
D40	**8 x D40**	**03.11.2021**					
705706	**1 x D40**	**03.11.2021**					
705706	D40	03.11.2021	1	44	10	300, 3600	20:00-23:00, 23:00-00:00
705706	D40	04.11.2021	1	44	10	150, 277, 1800, 3600	00:00-01:00, 05:00-06:00, 07:00-08:00, 12:00-13:00, 18:00-19:00, 22:00-00:00
705706	D40	05.11.2021	1	44	10	109, 171, 720, 1800, 3600	00:00-01:00, 05:00-06:00, 09:00-11:00, 18:00-19:00, 21:00-22:00
705706	D40	06.11.2021	1	44	10	450, 1800, 3600	10:00-11:00, 16:00-17:00, 18:00-19:00, 19:00-20:00
705706	D40	07.11.2021	1	44	10	600, 900, 1800, 3600	10:00-11:00, 11:00-12:00, 14:00-15:00, 17:00-18:00, 18:00-19:00
705706	D40	08.11.2021	1	45	10	900, 3600	07:00-08:00, 09:00-11:00, 17:00-18:00
705706	D40	09.11.2021	1	45	10	1800, 3600	07:00-08:00, 17:00-18:00
705706	D40	10.11.2021	1	45	10	600, 1200, 3600	07:00-08:00, 20:00-21:00, 21:00-22:00
705706	D40	11.11.2021	1	45	10	900, 1800	07:00-08:00, 17:00-18:00
705706	D40	12.11.2021	1	45	10	1200, 1800, 3600	07:00-10:00, 17:00-18:00, 20:00-21:00, 21:00-22:00
705706	D40	15.11.2021	1	46	10	600, 1200, 1800, 3600	07:00-08:00, 08:00-10:00, 10:00-11:00, 17:00-18:00, 20:00-21:00
705706	D40	16.11.2021	1	46	10	3600	07:00-08:00, 17:00-18:00, 21:00-22:00

Analoge Flächen werden weiterhin bei jeder Schaltung gezählt, da diese Zahl relevant für den Druck ist.

7.3 Attribute

Folgende Flächenattribute können in der Flächenliste und im Einschaltplan angezeigt werden:



Die ausgewählten Attribute sind standardmässig ausgewählt und alle anderen können für die Flächenliste und den Einschaltplan hinzugefügt werden.

7.4 Fotos

Durch Klicken auf eine Fläche in der Flächenliste oder auf der Karte erscheint ein Link, über den das Foto der Fläche auf der Website des jeweiligen Anbieters aufgerufen wird.

7.5 Anzahl Ausstrahlungen

Die Anzahl Ausstrahlungen, die im Tool angezeigt werden, müssen in der XML-Offerte der Anbieter enthalten sein. Das Tool berechnet diese nicht selbständig. Die Anzahl der Ausstrahlungen ist ein optionales Attribut und wird nicht für die Berechnung der Leistungswerte berücksichtigt.

7.6 Formate

Da digitale Werbeflächen meist nicht standardisierte Grössen haben, wurden diese wie folgt in drei Formate kategorisiert:

- **D20**: Diagonale: 30"<x<55"
- **D40**: Diagonale: 55"≤x<145"
- **D80**: Diagonale: 145"≤x

7.7 Kampagnendauern von bis zu 365 Tagen

Kampagnendauern von bis zu 365 Tagen können im SPR+ Expert berechnet werden.

7.8 JSON

Über das Menü «Export» kann ein JSON Export der Kampagnenleistung in der Bewertungslasche erstellt werden.

7.9 Gültigkeit

Offerten können rückwirkend ca. 2 Jahre bewertet werden.

7.10 MobNat

Mit der Lancierung von MobNat wurde erstmals im SPR+ Expert eine nationale Planbarkeit durch die Ausweisung von Leistungswerten für Einzelflächen (mindestens zwei Flächen pro Zielgebiet) und Werbeflächenkampagnen für die gesamte Schweiz möglich. Von einer einzelnen Gemeinde (sofern gross genug) für Lokalkampagnen bis hin zu National für nationale Kampagnen liefert SPR+ Leistungswerte.

Für jede bewertbare Werbefläche wird neben der Intraagglomerations-Mobilität auch die Interagglomerations-Mobilität und die Extraagglomerations-Mobilität berücksichtigt. Somit liefert MobNat die tatsächlichen Leistungswerte für jede Geographie. Geographisch massgeschneiderte Kampagnen können nun mit Leistungswerten abgebildet und bewertet werden. Das bildet die Stärke des Mediums ab.

Zudem wurde die zugrundeliegende Datenbasis wie bspw. die Bevölkerungszahlen und die Mobilitätsdaten für die Leistungswertberechnung aktualisiert und nachgeführt.

7.11 Bevölkerung und Gebietshierarchie im SPR+ Expert

Die Wohnbevölkerung entspricht dem Stand gemäss BfS Registererhebung am 31.12.2011 für das Alter 15+ ohne Sprachassimilierung. Die Basis der Gebietshierarchie bildet die Gemeinde als kleinste geographische Einheit. Die Gemeindegrenzen entsprechen der Definition des BfS und die Gemeindefusionen werden jährlich nachgeführt. Die Gemeindesprache ist ebenfalls gemäss BfS definiert.

7.12 Zielgebiete und Universen im SPR+ Expert

Vordefinierte Zielgebiete im Studio sind Kernstadt, Couronne und Agglomeration nach BfS. Im Planning stehen die vordefinierten Zielgebiete Kernstadt, Couronne, Agglomeration und Kanton zur Auswahl. Zudem gibt es im Planning individuell konfigurier- und speicherbare Zielgebiete. Bedingung ist hierfür, dass Gemeinden zusammenhängend sein und eine Mindestbevölkerung im individuellen Zielgebiet von 1000 Personen mit dem Alter 15+ haben müssen.

Zielgebiete müssen neu vollständige Teilmengen des gewählten Universums sein. Beim Universum kann der User alle Standarduniversen wählen (Kernstadt, Couronne, Agglomeration, Kanton, Wirtschaftsgebiet, Wirtschaftsregion, Sprachregion, Land, Summe der Zielgebiete). Zudem gibt es ein künstliches Universum auf WG Ebene: Wirtschaftsregion Deutschschweiz (WR2+WR3+WR4).

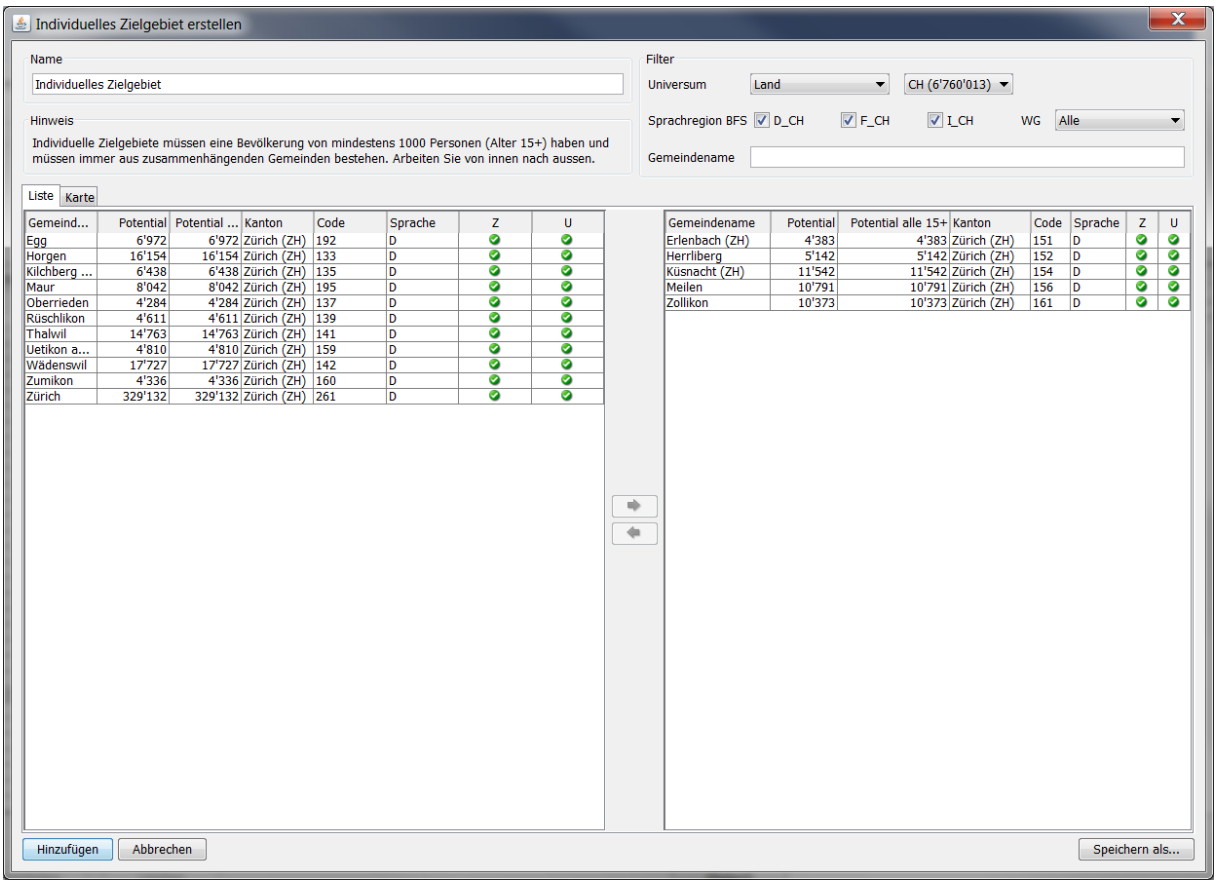
Die Sprachregionszuordnung (Sub-Universum) eines Zielgebietes bei Universum Schweiz erfolgt über die Mehrheit der Bevölkerung (15+) des Zielgebietes.

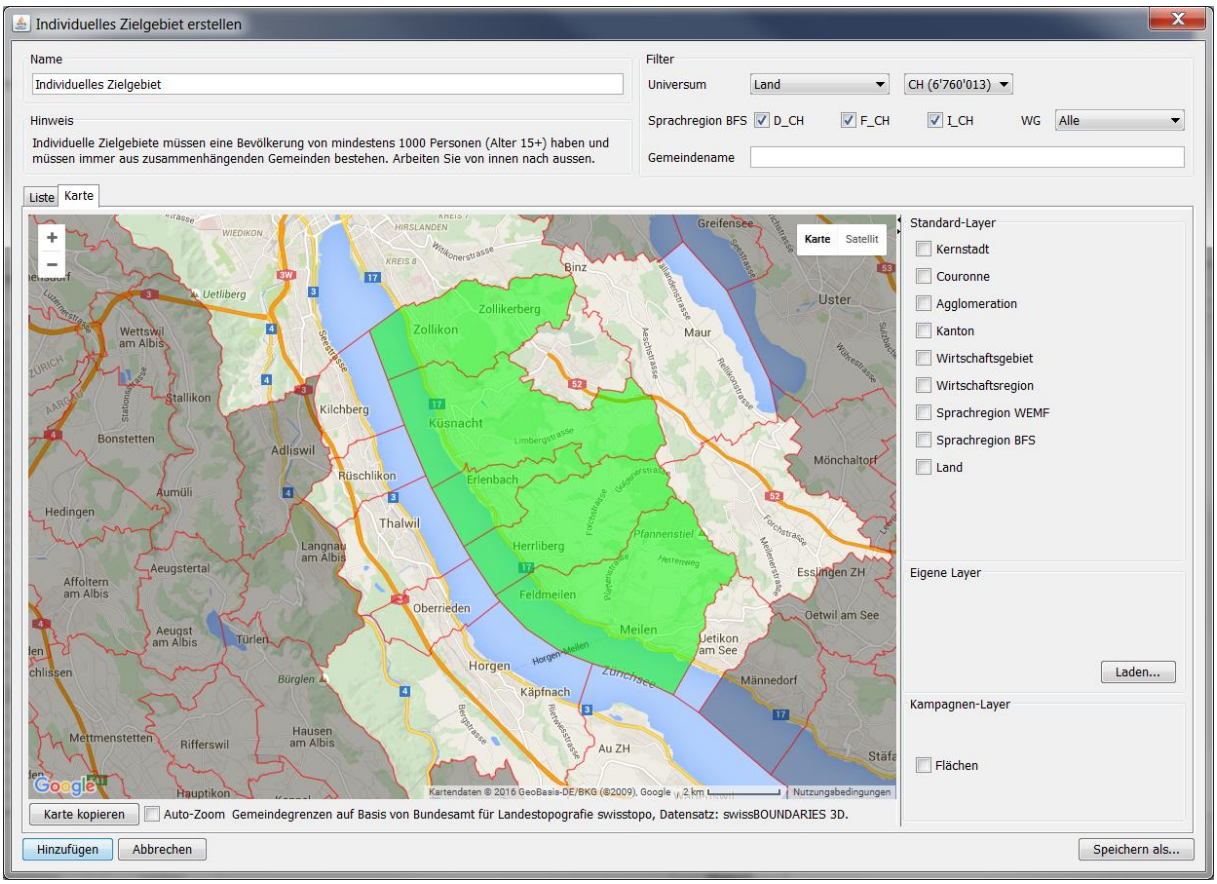
Wird bei den Stammdaten keine Offerte importiert, muss der User in der nächsten Lasche „Zielgebiete“ zunächst das Kampagnenjahr wählen.

7.13 Erstellung von individuellen Zielgebieten

Im SPR+ Expert besteht die Möglichkeit, Zielgebiete individuell aus mehreren Gemeinden als kleinster Einheit zu erstellen und diese für die Leistungswertberechnung zu verwenden. Damit ist die kleinräumige Aussteuerung kundenspezifischer Filialgebiete inkl. Dokumentation von Kosten/Leistung möglich.

Um ein individuelles Zielgebiet zu erstellen, klicken Sie auf den Button Erstellen im Register Zielgebiete. Es öffnet sich ein Fenster, in dem die Möglichkeit besteht, ein individuelles Zielgebiet über eine Liste aus Gemeinden zu erstellen oder über eine Karte die Gemeinden für das individuelle Zielgebiet entsprechend auszuwählen.


Individuelles Zielgebiet erstellen
Name
Individuelles Zielgebiet
Hinweis
Individuelle Zielgebiete müssen eine Bevölkerung von mindestens 1000 Personen (Alter 15+) haben und müssen immer aus zusammenhängenden Gemeinden bestehen. Arbeiten Sie von innen nach aussen.
Filter
Universum
Land
CH (6'760'013)
Sprachregion BFS
D_CH
F_CH
I_CH
WG
Alle
Gemeindename
Liste
Karte
Gemeind... Potential Potential ... Kanton Code Sprache Z U
Egg 6'972 6'972 Zürich (ZH) 192 D
Horgen 16'154 16'154 Zürich (ZH) 133 D
Kilchberg ... 6'438 6'438 Zürich (ZH) 135 D
Maur 8'042 8'042 Zürich (ZH) 195 D
Oberrieden 4'284 4'284 Zürich (ZH) 137 D
Rüschlikon 4'611 4'611 Zürich (ZH) 139 D
Thalwil 14'763 14'763 Zürich (ZH) 141 D
Uetikon a... 4'810 4'810 Zürich (ZH) 159 D
Wädenswil 17'727 17'727 Zürich (ZH) 142 D
Zumikon 4'336 4'336 Zürich (ZH) 160 D
Zürich 329'132 329'132 Zürich (ZH) 261 D
Gemeindename Potential Potential alle 15+ Kanton Code Sprache Z U
Erlenbach (ZH) 4'383 4'383 Zürich (ZH) 151 D
Herrliberg 5'142 5'142 Zürich (ZH) 152 D
Küsnacht (ZH) 11'542 11'542 Zürich (ZH) 154 D
Meilen 10'791 10'791 Zürich (ZH) 156 D
Zollikon 10'373 10'373 Zürich (ZH) 161 D
Hinzufügen
Abbrechen
Speichern als...



Durch Klicken auf den Button Hinzufügen lässt sich das erstellte individuelle Zielgebiet in die Zielgebietsauswahl hinzufügen und von dort mit dem Pfeil Button wie bei einem vordefinierten Zielgebiet nach rechts verschieben.

Individuelle Zielgebiete können als *.cta-Datei abgespeichert werden (mit Button Speichern…) und in einer anderen Kampagnenbewertung wieder ins SPR+ Expert eingelesen werden (mit Button Laden…).

Ebenso kann die Liste der Gemeinden eines individuellen Zielgebietes nach Excel exportiert werden (mit Button Excel Export), nachträglich nochmals bearbeitet werden (mit Button Bearbeiten) und gelöscht werden (mit Button Löschen).

Wichtig: Individuelle Zielgebiete müssen aus zusammenhängenden Gemeinden bestehen und eine Mindestbevölkerung von 1000 Personen (15+) haben.

7.14 Altersintervalle

Ziel- und Referenzgruppen können im SPR+ Expert Planning nach individuellen Altersintervallen mit einer Bandbreite von 5 Jahren ausgewählt werden. Zum Beispiel 22 bis 26 jährige. Die 90jährigen und älter sind in der Alterskategorie 90+ zusammengefasst.

7.15 Zuweisung von ZGs zu Sprachregionen als Subuniversen bei U CH

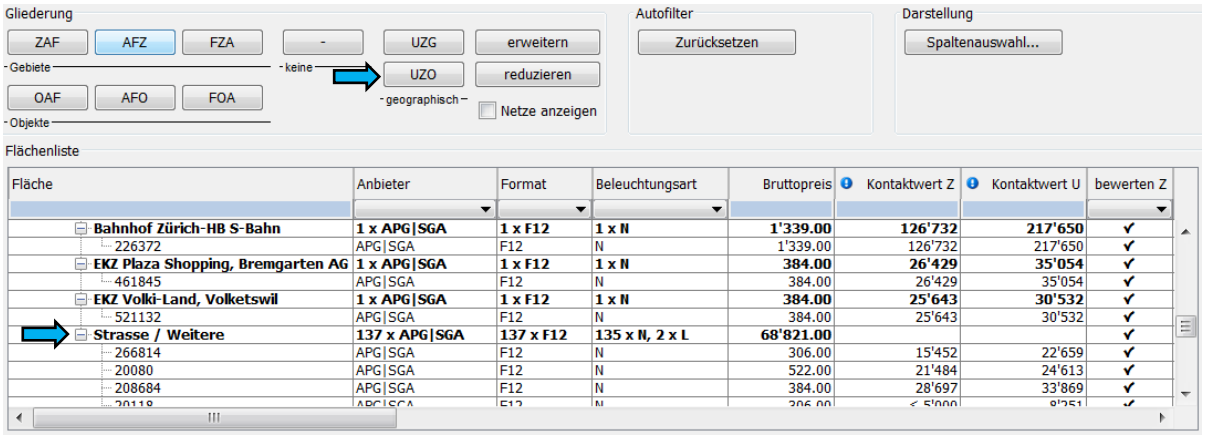
Bisher war die Agglomeration Biel fix der Sprachregion D-CH und die Agglomeration Fribourg fix der Sprachregion F-CH zugeordnet. Neu erfolgt die Zuweisung eines Zielgebietes zu einer Sprachregion entsprechend der mehrheitlichen Bevölkerung aus der Sprachregion. Fiktives Beispiel: Ein Zielgebiet hat insgesamt 10‘000 Einwohner. Davon wohnen 8‘000 Personen in Gemeinden, die gemäss BfS deutschsprachig sind und 2‘000 Personen in Gemeinden, die gemäss BfS französischsprachig sind. Das Zielgebiet wird somit dem Subuniversum Sprachregion D-CH zugeordnet und wird in der Flächenliste und in der Bewertungsansicht unter dem Subuniversum Sprachregion D-CH aufgeführt. Für die Leistungswertberechnung werden jedoch für das Subuniversum D-CH nur die 8‘000 Personen aus der D-CH berücksichtigt. Die 2‘000 Personen aus der F-CH werden bei der Leistungswertberechnung bei dem Subuniversum F-CH berücksichtigt.

7.16 Gliederung ZAF, AFZ, FZA

In der Flächenliste werden nach der Gliederung ZAF (Zielgebiet/Anbieter/Format), AFZ (Anbieter, Format, Zielgebiet) und FZA (Format, Zielgebiet, Anbieter) neu die tatsächlich ausgewählten Zielgebiete (z.B.: Couronne, Kernstadt, Kanton aber auch individuelle Zielgebiete) aufgeführt und nicht wie bisher immer die Agglomeration.

7.17 Gliederungsansicht UZO

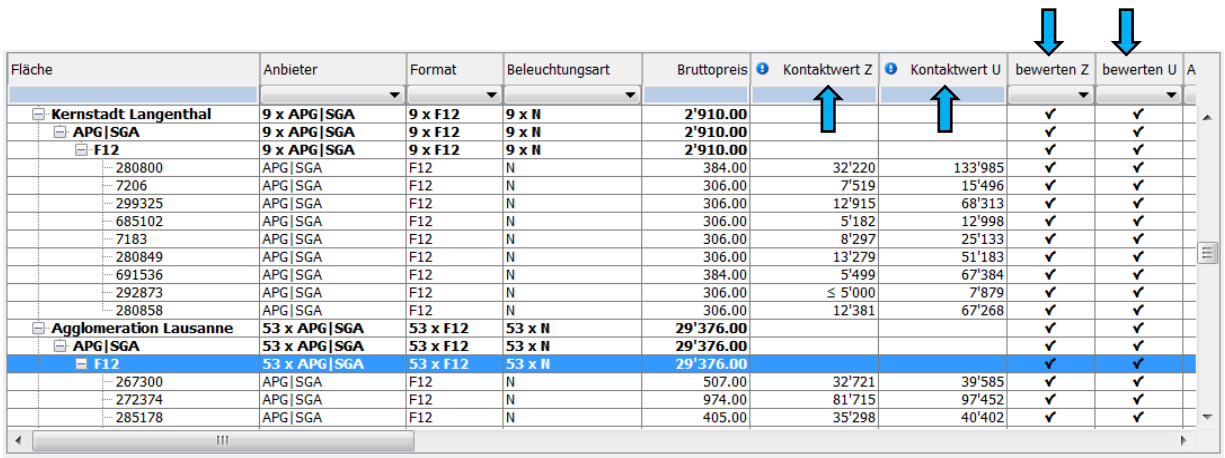
Die Objektliste entfällt. Dafür gibt es eine neue Gliederungsansicht UZO (Universum/Zielgebiet/Objekt). Hier werden analog zu UZG (nur nicht Gemeinden sondern Objekte) nicht die Flächen, sondern die Objekte angezeigt. Wenn man ein Objekt aufklappt, dann erscheinen die einzelnen Flächen des Objektes. Unter jedem Zielgebiet gibt es neben den etwaigen Objekten noch ein Punkt Strasse/Weitere, wo die Nicht-Objektflächen aufgeführt sind.



Fläche	Anbieter	Format	Beleuchtungsart	Bruttopreis	Kontaktwert Z	Kontaktwert U	bewerten Z
Bahnhof Zürich-HB S-Bahn	**1 x APG|SGA**	**1 x F12**	**1 x N**	**1'339.00**	**126'732**	**217'650**	✓
226372	APG|SGA	F12	N	1'339.00	126'732	217'650	✓
EKZ Plaza Shopping, Bremgarten AG	**1 x APG|SGA**	**1 x F12**	**1 x N**	**384.00**	**26'429**	**35'054**	✓
461845	APG|SGA	F12	N	384.00	26'429	35'054	✓
EKZ Volki-Land, Volketswil	**1 x APG|SGA**	**1 x F12**	**1 x N**	**384.00**	**25'643**	**30'532**	✓
521132	APG|SGA	F12	N	384.00	25'643	30'532	✓
Strasse / Weitere	**137 x APG|SGA**	**137 x F12**	**135 x N, 2 x L**	**68'821.00**			✓
266814	APG|SGA	F12	N	306.00	15'452	22'659	✓
20080	APG|SGA	F12	N	522.00	21'484	24'613	✓
208684	APG|SGA	F12	N	384.00	28'697	33'869	✓

7.18 Bewertungsausschluss

Einzelne Flächen können individuell in der Flächenliste von der Bewertung im Zielgebiet und/oder separat im Universum ausgeschlossen werden, sofern es sich nicht um Netzflächen handelt. Bei Netzflächen wird das ganze Netz von der Bewertung ausgeschlossen.



Fläche	Anbieter	Format	Beleuchtungsart	Bruttopreis	Kontaktwert Z	Kontaktwert U	bewerten Z	bewerten U	A
Kernstadt Langenthal	**9 x APG|SGA**	**9 x F12**	**9 x N**	**2'910.00**			✓	✓	
APG|SGA	**9 x APG|SGA**	**9 x F12**	**9 x N**	**2'910.00**			✓	✓	
F12	**9 x APG|SGA**	**9 x F12**	**9 x N**	**2'910.00**			✓	✓	
280800	APG|SGA	F12	N	384.00	32'220	133'985	✓	✓	
7206	APG|SGA	F12	N	306.00	7'519	15'496	✓	✓	
299325	APG|SGA	F12	N	306.00	12'915	68'313	✓	✓	
685102	APG|SGA	F12	N	306.00	5'182	12'998	✓	✓	
7183	APG|SGA	F12	N	306.00	8'297	25'133	✓	✓	
280849	APG|SGA	F12	N	306.00	13'279	51'183	✓	✓	
691536	APG|SGA	F12	N	384.00	5'499	67'384	✓	✓	
292873	APG|SGA	F12	N	306.00	≤ 5'000	7'879	✓	✓	
280858	APG|SGA	F12	N	306.00	12'381	67'268	✓	✓	
Agglomeration Lausanne	**53 x APG|SGA**	**53 x F12**	**53 x N**	**29'376.00**			✓	✓	
APG|SGA	**53 x APG|SGA**	**53 x F12**	**53 x N**	**29'376.00**			✓	✓	
F12	**53 x APG|SGA**	**53 x F12**	**53 x N**	**29'376.00**			✓	✓	
267300	APG|SGA	F12	N	507.00	32'721	39'585	✓	✓	
272374	APG|SGA	F12	N	974.00	81'715	97'452	✓	✓	
285178	APG|SGA	F12	N	405.00	35'298	40'402	✓	✓	

7.19 Bewertungsansicht

Die Spalte „Flächen gesamt“ beinhaltet alle importierten, offerierten Flächen und neu auch jene, die SPR+ unbekannt sind. Weiterhin sind manuelle Einträge und Optionen NUR in der Flächenliste und im Exceltabellenblatt Einschaltplan aufgeführt

Neu sind die Spalten „Flächen bewertet (Universum)“ und „Flächen bewertet (Zielgebiete)“ in der Bewertungsansicht, da beides individuell gegenüber dem Default deaktiviert werden kann.

Die Anzahl der bewerteten Flächen in der Bewertungsansicht auf Subuniversumsebene (D-CH, F-CH, I-CH) wird aber auf Grund der Sprachzugehörigkeit der jeweiligen Gemeinde, in der die Fläche steht, dem Subuniversum zuaddiert, unabhängig davon, welcher Sprachregion das etwaige ZG zugeschlagen wurde, in dem die Fläche steht, denn die Fläche könnte ja auch in einer Gemeinde ausserhalb der Zielgebiete im Subuniversum stehen.

Zielgebiete	Flächen gesamt	Flächen bewertet (Universum)	Flächen bewertet (Zielgebiete)	Zielgruppe in 1'000	RW in % ≥1	RW in %	RW in 1'000	Ø-PK (OTS)	Σ-PK in 1'000	GRP	Bruttokc in 1'000	TKP	CPP	Affinität
Land CH	**1'278**	**1'273**	**1'273**	**6'760**	**95**	**80**	**5'412**	**38**	**205'954**	**3'047**	**580**	**3**	**190**	**100**
Sprachregion BFS D_CH	**869**	**865**	**865**	**4'836**	**94**	**78**	**3'790**	**35**	**134'144**	**2'774**	**393**	**3**	**142**	**100**
Agglomeration Aarau	18	18	18	76	94	80	61	29	1'781	2'332	8	5	3	100
Agglomeration Amriswil-...	11	11	11	23	87	65	15	32	482	2'108	4	8	2	100

7.20 Bewertungsansicht Graphiken

Die Reichweitenkurve wird bis zu einem Jahr mit maximal 12 geschalteten Wochen angezeigt, sofern die Kampagne für diesen Zeitraum offeriert wurde.

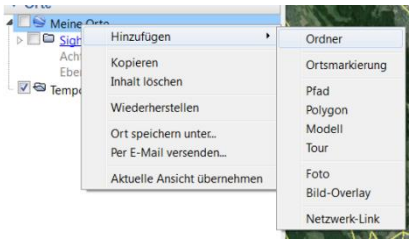
Bei Kosten/Nutzen ist der Nutzen die erreichten Menschen, d.h., die Anzahl Menschen im Zielgebiet, die in die Reichweite mit gewählter Kontaktklasse fallen, in % von allen Menschen, die in allen Zielgebieten erreicht werden. D.h., es werden die Zielgebiete individuell beurteilt und die dort erreichten Menschen aufsummiert - unabhängig vom gewählten Universum. Es wird also nur der Intra-Zielgebiets-Nutzen dargestellt. Kosten bleibt gleich: Bruttokosten des Zielgebietes in % von den gesamten Bruttokosten aller Zielgebiete.

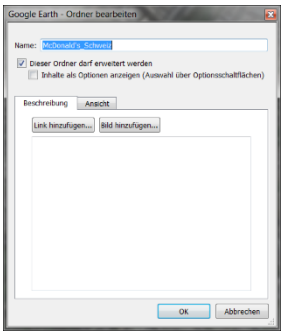
7.21 Hinzufügen von eigenen Layern

Mit dem neuen SPR+ Expert ist es möglich, eigene Layer bspw. von einem Filialnetz passend zu einer Werbeflächenkampagne auf der Karte anzuzeigen. Die Layer müssen im Google Format *.kml vorliegen.

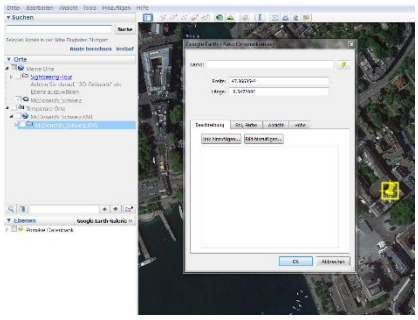
Diese können Sie ganz einfach erstellen, indem Sie die Gratissoftware „Google Earth“ herunterladen und installieren (https://www.google.ch/earth/download/ge/agree.html).

① Erstellen Sie dann in Google Earth als erstes einen neuen Ordner und benennen diesen entsprechend. Rechtsklick auf Meine Orte → Hinzufügen → Ordner



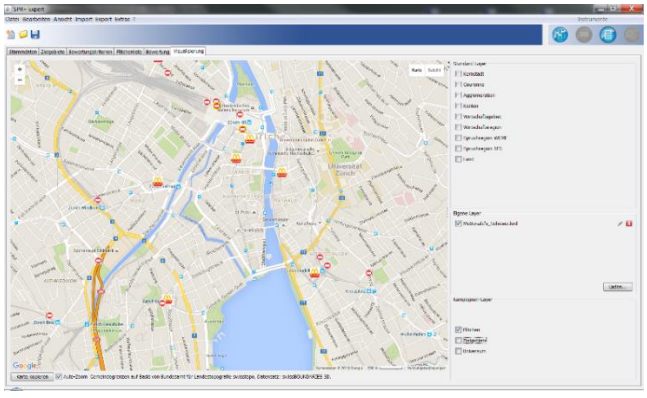


② Markieren Sie den neuen Layer (blau) und fügen eine Ortsmarkierung in der Karte ein.



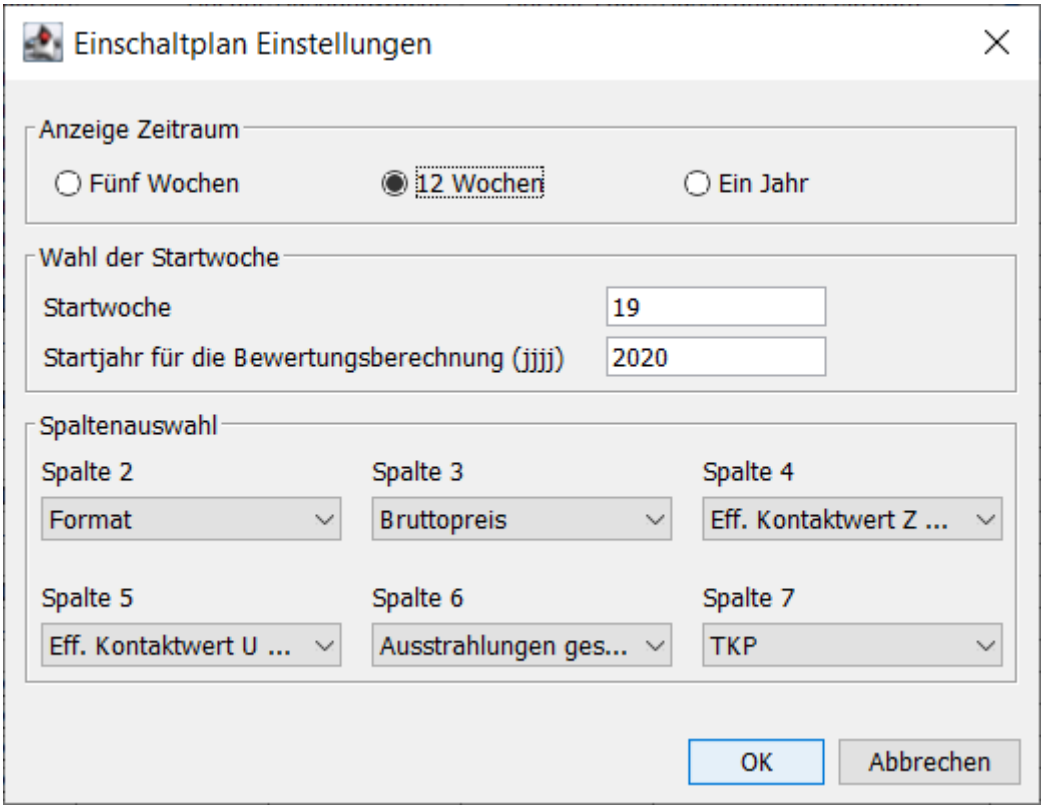
③ Nachdem alle Filialen geopositioniert sind klicken Sie mit einem Rechtsklick auf den Ordner → Ort speichern unter → als KML Datei abspeichern

④ Laden Sie die KML Datei im SPR+ Expert im Register Visualisierung mit dem Button Laden in die Karte



7.22 Einschaltplan

Beim Einschaltplan gibt es neben der fünf Wochen und der Jahresansicht auch eine zwölf Wochen Ansicht. Zudem gibt es eine separate Ansicht für digitale Flächen. Zudem können nun sechs frei wählbare Attribute im Einschaltplan ausgewiesen werden statt wie bis anhin nur drei:



7.23 SPR+ Expert Installer installieren

Da Java 8 nur noch in der kommerziellen (kostenpflichtigen) Version von Oracle supportet wird und Java 11 keine Webstartkomponente mehr enthält, hat SPR+ einen Installer programmiert, der sein eigenes Java mitbringt. Sie benötigen daher keine Java Installation von Oracle mehr auf Ihrem Rechner für den Betrieb des SPR+ Expert. Es steht Ihnen aber auch frei, wie bis anhin das SPR+ Expert unter Java 8 zu betreiben. SPR+ empfiehlt es aber nicht.

Installation SPR+ Installer unter Windows

- **Schritt 1:** Installationsdatei herunterladen und speichern.

  https://expert.spr-plus.ch/installers/ExpertSetup.exe

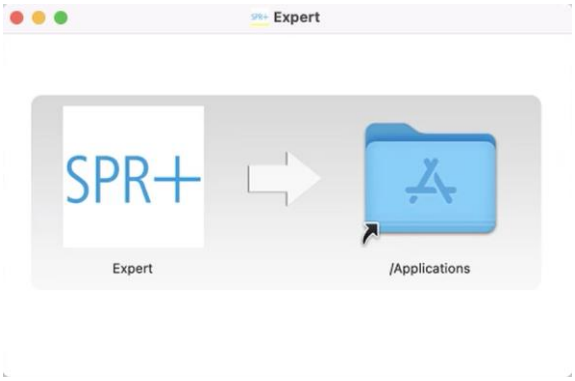
- **Schritt 2:** Installationsdatei ausführen und den Anweisungen folgen.
- **Schritt 3:** Auf dem Desktop erscheint das Programm «Expert SPR+». Dieses starten und anschiessend die Login-Daten eingeben.

Installation SPR+ Installer auf einem Mac

- **Schritt 1:** Installationsdatei herunterladen und speichern.

  https://expert.spr-plus.ch/installers/Expert-Mac-4.0.3.dmg

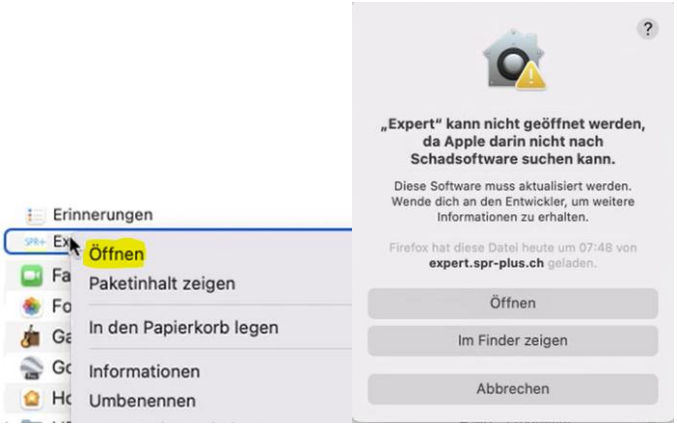
- **Schritt 2:** Klick auf die heruntergeladene Installationsdatei. Es öffnet sich folgendes Fenster:



  Ziehen Sie das weisse Expert Icon von links nach rechts auf den Ordner Applications und lassen dort das Expert Icon los. SPR+ Expert wird nun im Ordner Applications installiert.

- **Schritt 3:** Wechseln Sie zum Ordner **«**Applications» bzw. zum Ordner «Programme», wenn das Betriebssystem auf Deutsch eingestellt ist. Dort befindet sich jetzt ein Eintrag «Expert»
- **Schritt 4:** Klicken Sie mit der rechten Maustaste auf das Icon «Expert», dann auf «Öffnen» und bestätigen Sie das aufgehende Fenster mit «OK».

- **Schritt 5:** Klicken Sie erneut mit der rechten Maustaste auf das Icon «Expert», dann auf «Öffnen» und bestätigen Sie das aufgehende Fenster mit «Öffnen». Anschliessend startet das SPR+ Expert. Geben Sie ihre Benutzerdaten ein und loggen Sie sich ein.



Bei Installationsproblemen unter Mac siehe zusätzlich folgenden Link: https://support.apple.com/de-ch/guide/mac-help/mh40616/mac