

Per E-Mail

Fachpresse Medien/Werbung Schweiz und Deutschland  
Nachrichtenagenturen

Zürich, 29. August 2018

Swiss Poster Research Plus AG  
Giesshübelstrasse 4  
CH-8045 Zürich  
T +41 (0)44 385 80 60  
F +41 (0)44 385 80 61  
info@spr-plus.ch  
www.spr-plus.ch

### **SPR+ Research Advisory Council gibt DOOH Forschungsergebnisse zur Integration in SPR+ frei**

**Das Research Advisory Council (RAC) des Forschungsinstituts für Schweizer Aussenwerbung SPR+ hat die Forschungsergebnisse von AM4DOOH (Audience Measurement for Digital Out of Home) zur Integration in das Modell von SPR+ freigegeben. Nach Abschluss der Erweiterung der Datengrundlage voraussichtlich im Sommer 2019 wird die Medialeistung von DOOH und OOH – separat und kombiniert – im Planungstool SPR+ Expert planbar sein. Das RAC begrüsst ausdrücklich, dass auch in der Schweiz der neue internationale Standard implementiert wird.**

AM4DOOH ist ein Forschungsprojekt, welches ein internationales Konsortium (bestehend aus APG | SGA, Clear Channel Outdoor, Exterior Media und JCDecaux) gemeinsam mit dem OOH Weltverband FEPE International als Sponsor durchgeführt hat. Dieses Pionierprojekt nutzte virtuelle Welten, um den Konsumenten ein realistisches Erlebnis zu verschaffen, wie sie den verschiedenen Formen von digitaler und traditioneller Aussenwerbung begegnen. In Kombination mit der Methode der Blickerfassung (Eyetracking) konnte robust gemessen werden, wie die Menschen verschiedene Out of Home-Formate in verschiedenen Umgebungen betrachten. Ziel war die Erforschung des relativen Unterschiedes, wie DOOH im Vergleich zur klassischen OOH betrachtet wird. Die daraus abgeleiteten signifikanten Faktoren für DOOH liegen jetzt vor. Sie zeigen, dass DOOH die Betrachtungswahrscheinlichkeit erhöht. So ist beispielsweise der Faktor für digitale Fullmotion Spots für frontale Autofahrerkontakte 1.25 und für frontale Strassenfussgängerkontakte 1.16 für jeden Spot eines Loops, der während einer Passage physisch gesehen werden kann.

Die Faktoren ermöglichen zukünftig, kombiniert mit der physischen Sichtbarkeit eines Werbespots in Abhängigkeit Passage-, Spot- und Loopdauer, die Berechnung der Kontakt- und Kampagnenleistung für DOOH als Bewegtbild im öffentlichen Raum. Dies nicht nur auf der Basis von Werbebotschaft „sichtbar“, sondern auch auf der Basis von Werbebotschaft „gesehen“.

Felix H. Mende, Geschäftsführer, SPR+ AG, kommentiert: „Mit der Integration von DOOH in das SPR+ Forschungssystem, kann zukünftig die ganze Klaviatur von OOH im Planungstool SPR+ Expert bewertet werden. Aufbauend auf der bestehenden und etablierten Sichtbarkeitsgewichtung für analoge Plakate und der Erweiterung um den neuen internationalen Standard zur Sichtbarkeitsgewichtung von DOOH bzw. um das, was wirklich gesehen wird, schaffen wir eine sehr harte Währung in der digitalen Welt.“

Die Implementierung wird gemäss Planung Ende Q2 2019 abgeschlossen sein. Dann wird SPR+ dem RAC die Forschungsergebnisse präsentieren und die Einhaltung des abgesegneten DOOH-Umsetzungskonzeptes nachweisen. Im Sommer 2019 folgt die Aufschaltung der Resultate im Planungstool SPR+ Expert zeitgleich mit einer Marktpräsentation. Bereits im Herbst 2018 wird SPR+ eine Roadshow für interessierte Lizenzkunden organisieren, um diese frühzeitig in den Entwicklungsprozess miteinzubinden.

## Medienmitteilung

Per E-Mail

Fachpresse Medien/Werbung Schweiz und Deutschland  
Nachrichtenagenturen

Zürich, 29. August 2018

**SPR+**  
Swiss Poster Research Plus

Swiss Poster Research Plus AG  
Giesshübelstrasse 4  
CH-8045 Zürich  
T +41 (0)44 385 80 60  
F +41 (0)44 385 80 61  
info@spr-plus.ch  
www.spr-plus.ch

### Mitglieder des SPR+ Research Advisory Council:

- Prof. Dr. Martial Pasquier, Direktor IDHEAP, Université de Lausanne (Vorsitz)
- Roland Ehrler, Direktor, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
- Beat Hostenstein, Leiter Partner- & Product Management, APG | SGA
- Stephan Küng, Inhaber, The whole Media AG
- Philipp Marquard, Leiter Media, Migros-Genossenschafts-Bund
- Felix H. Mende, Geschäftsführer, Swiss Poster Research Plus AG
- Georg E. Müller, Leitung Regulation Committee, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
- Kathrin Petrow, Product Director, Clear Channel Schweiz AG

### Über SPR+

Die Swiss Poster Research Plus AG ist das wissenschaftliche, neutrale, transparente Forschungsinstitut für Schweizer Out of Home Media und Mobilität. Im System sind rund 54'000 Aussenwerbeflächen der Formate F200, F12, F24 der Anbieter APG | SGA, Clear Channel Schweiz, Neo Advertising und Alpenplakat erfasst. Im Planungstool SPR+ Expert können OOH Kampagnen simuliert, geplant, optimiert und kontrolliert werden. Das SPR+ Expert liefert nach Sichtbarkeit gewichtete Plakatkontakte pro Plakatfläche sowie Reichweiten, OTS, GRP, TKP, CPP und Affinität für anbieterübergreifende Plakatkampagnen. Das Forschungsmodell erfüllt die globalen Richtlinien für Aussenwerbeforschung von ESOMAR. Einschaltpläne mit Kosten-, Leistungs- und Flächenübersichten können auf Knopfdruck erstellt werden. SPR+ verfügt über ein nationales Mobilitätsmodell inklusive Personenfrequenzen für jeden Strassenabschnitt der Schweiz.

### Auskunft:

Felix H. Mende, Geschäftsführer, Swiss Poster Research Plus AG (SPR+), Giesshübelstrasse 4, CH-8045 Zürich  
Telefon: +41 44 385 80 60  
Email: felix.mende@spr-plus.ch

Par e-mail

Presse spécialisée médias/publicité Suisse et Allemagne  
Agences de presse

Zurich, le 29 août 2018

Swiss Poster Research Plus AG  
Giesshübelstrasse 4  
CH-8045 Zürich  
T +41 (0)44 385 80 60  
F +41 (0)44 385 80 61  
info@spr-plus.ch  
www.spr-plus.ch

## **Le Research Advisory Council de SPR+ valide les résultats de recherches sur le DOOH pour l'intégration dans le modèle de SPR+**

**Le Research Advisory Council (RAC) de l'institut de recherche pour la publicité extérieure en Suisse SPR+ a validé les résultats de recherche du projet AM4DOOH (Audience Measurement for Digital Out of Home) en vue de l'intégration dans le modèle de SPR+. Après la fin de l'élargissement de la base de données qui devrait intervenir à l'été 2019, les prestations médiatiques du DOOH et de l'OOH pourront être planifiées, séparément et de manière combinée, dans l'outil de planification SPR+ Expert. Le RAC a approuvé expressément le fait que la nouvelle norme internationale soit aussi mise en place en Suisse.**

AM4DOOH est un projet de recherche mené par un consortium international (composé d'APG | SGA, Clear Channel Outdoor, Exterion Media et JCDecaux) et sponsorisé par FEPE International, l'association mondiale de l'OOH. Ce projet pionnier s'est basé sur des environnements virtuels pour procurer aux consommateurs une expérience réaliste semblable à celle qu'ils rencontrent dans les différentes formes de publicité extérieure numérique et traditionnelle. La méthode de l'oculométrie (eye-tracking) a en outre permis de mesurer solidement comment les gens regardent différents formats Out of Home dans différents environnements. L'objectif était d'analyser la différence relative entre l'observation du DOOH et celle de l'OOH traditionnel. Les facteurs significatifs pour le DOOH qui ont découlé de cette analyse sont à présent disponibles. Ils montrent que le DOOH augmente la probabilité que la publicité soit prise en compte. Par exemple, le facteur est de 1,25 pour les spots full-motion numériques dans le cas de contacts frontaux avec des automobilistes, tandis qu'il est de 1,16 dans le cas de contacts frontaux avec des piétons pour chaque spot d'une boucle qui peut être vu physiquement pendant un passage.

Les facteurs permettront à l'avenir, en association avec la visibilité physique d'un spot publicitaire et en fonction de la durée du passage, du spot et de la boucle, de calculer les performances des contacts et des campagnes pour le DOOH en tant qu'image animée dans l'espace public, non seulement sur la base du message publicitaire « visible », mais aussi sur la base du message publicitaire « vu ».

Felix H. Mende, directeur, SPR+ SA, commente : « Avec l'intégration du DOOH dans le système de recherche de SPR+, ce sont tous les registres de l'OOH qui pourront être évalués à l'avenir dans l'outil de planification SPR+ Expert. En pondérant la visibilité existante et établie pour les affiches analogiques et en prenant en compte la nouvelle norme internationale pour pondérer la visibilité du DOOH et ce qui est véritablement vu, nous créons une valeur de référence très forte dans l'environnement numérique. »

Selon le programme, la mise en œuvre devrait être terminée à la fin du 2<sup>e</sup> trimestre 2019. SPR+ présentera alors les résultats de ses recherches au RAC et démontrera le respect du concept de réalisation du DOOH approuvé. La mise en ligne des résultats dans l'outil de planification SPR+ Expert suivra à l'été 2019 en même temps que la présentation au marché. SPR+ organisera un road show pour les clients titulaires d'une licence intéressés dès l'automne 2018 afin de les intégrer le plus tôt possible dans le processus de développement.

**Membres du Research Advisory Council de SPR+:**

- Prof. Dr Martial Pasquier, directeur IDHEAP, Université de Lausanne (présidence)
- Roland Ehrler, directeur, Association suisse des annonceurs
- Beat Holenstein, responsable Partner & Product Management, APG|SGA
- Stephan Küng, propriétaire, The whole Media AG
- Philipp Marquard, responsable médias, Fédération des coopératives Migros
- Felix H. Mende, directeur, Swiss Poster Research Plus SA
- Georg E. Müller, responsable du Regulation Committee, Association suisse des annonceurs
- Kathrin Petrow, Product Director, Clear Channel Suisse

**À propos de SPR+**

La Swiss Poster Research Plus SA est l'institut de recherche neutre, scientifique et transparent pour la publicité extérieure et la mobilité en Suisse. Le système s'appuie sur environ 54 000 surfaces de publicité extérieure dans les formats F200, F12, F24 des prestataires APG|SGA, Clear Channel Suisse, Neo Advertising et AlpenPlakat. L'outil de planification SPR+ Expert permet de simuler, planifier, optimiser et contrôler des campagnes d'OOH. SPR+ Expert fournit des valeurs de contact pondérées en fonction de la visibilité et ce, par surface d'affichage, ainsi que les pénétrations, OTS, GRP, PMC, CPP et affinité pour les campagnes d'affichage inter-prestataires. Le modèle de recherche répond aux lignes directrices mondiales d'ESOMAR pour la recherche sur la publicité extérieure. Il est également possible d'avoir les plans détaillés d'insertion avec des aperçus des coûts, des performances et des surfaces sur un simple clic. SPR+ propose un modèle de mobilité national comprenant la comptabilisation de la fréquence pour chaque segment de rue en Suisse.

**Renseignements :**

Felix H. Mende, directeur, Swiss Poster Research Plus SA (SPR+), Giesshübelstrasse 4, CH-8045 Zurich  
Téléphone : +41 44 385 80 60  
E-mail : felix.mende@spr-plus.ch

## Media Release

Via E-Mail

Media

Swiss and German media/advertising trade press

News agencies

Zürich, August 29<sup>th</sup>, 2018

SPR+

Swiss Poster Research Plus

Swiss Poster Research Plus AG

Giesshübelstrasse 4

CH-8045 Zürich

T +41 (0)44 385 80 60

F +41 (0)44 385 80 61

info@spr-plus.ch

www.spr-plus.ch

### **SPR+ Research Advisory Council approves DOOH research results for integration into SPR+**

**The Research Advisory Council (RAC) of the Research Institute for Swiss Outdoor Advertising SPR+ has approved the research results of AM4DOOH (Audience Measurement for Digital Out of Home) for integration into the SPR+ model. After completion of the expansion of the data basis in summer 2019, the media performance of DOOH and OOH - separately and combined - will be plannable in the planning tool SPR+ Expert. The RAC expressly welcomed the fact that the new international standard is also being implemented in Switzerland.**

AM4DOOH is a research project conducted by an international consortium (consisting of APG|SGA, Clear Channel Outdoor, Exterion Media and JCDecaux) together with the OOH world association FEPE International as additional sponsor. This pioneering project used a virtual world to present consumers a realistic experience of how they encounter the various forms of digital and traditional outdoor advertising. In combination with eye-tracking, it was possible to robustly measure how people view different out-of-home formats in different environments. The aim was to investigate the relative difference between DOOH and classic OOH. The significant factors for DOOH derived from this are now available. They show that DOOH increases the likelihood to see. For example, the factor for digital full motion spots for head-on driver contacts is 1.25 and for head-on roadside pedestrian contacts 1.16 for each spot of a loop that can be physically seen during a passage.

In the future, these factors, combined with the physical viewability of an advertising spot depending on the duration of the passage, spot and loop, will make it possible to calculate the contact and campaign performance for DOOH as motion picture in public space. This is not only on the basis of "viewability" of an advertising message, but additionally on the basis of "viewed".

Felix H. Mende, Managing Director, SPR+ Ltd., comments: "With the integration of DOOH into the SPR+ research system, the entire range of OOH can be evaluated in the SPR+ Expert planning tool. Building on the existing and established visibility adjustment for classic posters and the expansion to include the new international standard for visibility weighting of DOOH and what is actually seen, we are creating a very hard currency in the digital world".

According to plan, implementation will be completed by the end of Q2 2019. SPR+ will then present the research results to the RAC and demonstrate compliance with the approved DOOH implementation concept. In summer 2019, the results will be published in the SPR+ Expert planning tool at the same time as a market presentation. As early as autumn 2018, SPR+ will organize a roadshow for interested license customers in order to involve them in the development process at an early stage.

## Media Release

Via E-Mail

Media

Swiss and German media/advertising trade press  
News agencies

Zürich, August 29<sup>th</sup>, 2018

# SPR+

Swiss Poster Research Plus

Swiss Poster Research Plus AG

Giesshübelstrasse 4

CH-8045 Zürich

T +41 (0)44 385 80 60

F +41 (0)44 385 80 61

info@spr-plus.ch

www.spr-plus.ch

### Members of the SPR+ Research Advisory Council:

- Prof. Dr. Martial Pasquier, Director IDHEAP, University of Lausanne (President)
- Roland Ehrler, Director, Association of Swiss Advertisers
- Beat Holenstein, Head Partner- & Product Management, APG | SGA
- Stephan Küng, Owner, The whole Media Ltd.
- Philipp Marquard, Head Media, Migros-Genossenschafts-Bund
- Felix H. Mende, Managing Director, Swiss Poster Research Plus Ltd.
- Georg E. Müller, Head Regulation Committee, Association of Swiss Advertisers
- Kathrin Petrow, Product Director, Clear Channel Switzerland Ltd.

### About SPR+:

Swiss Poster Research Plus Ltd. is the neutral and transparent institute specialized in scientific research for Swiss Out of Home media and mobility. Its systems database encompasses about 54'000 panels for the F200, F12, and F24 formats managed by APG, Clear Channel Switzerland, Neo Advertising and Alpenplakat. The institute's SPR+ Expert planning tool can be used to simulate, plan, optimize, and monitor campaigns. SPR+ Expert delivers visibility adjusted contacts (VAC) per panel as well as reach, OTS, GRP, CPM, CPP and affinity metrics for multi-provider poster campaigns. The research model complies with ESOMAR's global guidelines for outdoor audience measurement. With pushbutton convenience, it generates exposure matrices with cost, performance and panel overviews. SPR+ has a national mobility model including frequencies for each street segment in Switzerland.

### Information:

Felix H. Mende, Managing Director, Swiss Poster Research Plus Ltd (SPR+), Giesshuebelstrasse 4, CH-8045 Zurich, Switzerland

Telephone: +41 44 385 80 60

E-mail: felix.mende@spr-plus.ch