

onen Franken aus dem SRG-Budget via Pacte in die Filmproduktion. Dieser Betrag hat sich in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt.

Die Sichtweise, wonach die Nutzer der neuen Online-Videothek zweimal für dasselbe ins Portemon-

ken für das Gebotene an der oberen Grenze. Umso mehr, wenn man bedenkt, dass der erwähnte Streifen «Achtung, fertig, Charlie!» auf DVD im Handel für sechzehn Fran-

angeboten von SF, TSR und TSI umgesehen haben: Mehr als 8300 Personen haben seit dem 6. August insgesamt 155 000-mal eine Site angeklickt, darunter wohl auch zahlreiche Personen mit einem Apple-Compu- ter. Ihnen bleibt gar nichts anderes,

ausgezeichnete und vom NDR mitfinanzierte Spielfilm «Gegen die Wand» des deutsch-türkischen Regisseurs Fatih Akin zum Anschauen bereit. Kostenlos und ohne einschränkende Bedingungen bei der technischen Infrastruktur. Alles, was es

ist. Doch es gibt auch kritische Stimmen. Sie vermuten hinter dem Angebot lediglich einen Kniff des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, um die im letzten Jahr eingeführte Rundfunk-Empfangsgebühr für Internet-Computer nachträglich zu legitimieren. (nil)

# Plakاتفorschung will Lücke schliessen

**Plakاتفorschung** Sieben Jahre lang hat SPR+ Kontaktwerte für Strassenflächen erhoben. Für Plakatstellen in Gebäuden braucht es aber eine separate Methodik.

Swiss Poster Research Plus (SPR+), die Plakاتفorschung der APG, hat ein grosses Ziel: Die Studie will Aufschluss geben über die Leistungsdaten sämtlicher rund 60 000 Plakatflächen der Formate F12 und F200 in den Schweizer Agglomerationen. So ist es auf [www.sprplus.ch](http://www.sprplus.ch) nachzulesen. Wohlverstanden: Die Zahl 60 000 beinhaltet nicht nur die APG-eigenen Stellen, sondern auch jene anderer Anbieter, etwa von Clear Channel Outdoor Plakanda (CCOP) oder von Star Plakat.

Noch ist das Ziel aber nicht erreicht. Zwar hat SPR+ die Datenerhebung mit GPS in zwölf Schweizer Grossagglomerationen abgeschlossen (siehe Kasten) und auch die Leistungswerte für 43 weitere Städte extrapoliert. Zudem fanden diese Daten Eingang in das Planungstool SPR+ Expert. Dennoch weist SPR+ noch eine wichtige Lücke auf: Erhoben wurden bisher nur die Leistungswerte der Strassenflächen, von Plakatstellen in Gebäuden, Bahnhöfen, Unterführungen, Shoppingcentern und Parkings sind dagegen noch keine Werte vorhanden. Und das sind gemäss APG-Marketingleiter Roger Möschler gesamtschweizerisch

14 000 bis 15 000 Flächen oder rund ein Viertel aller Plakatstellen.

Der Grund: Mit GPS kann nur gemessen werden, solange sich die Testpersonen quasi im Freien bewegen. Sobald die Probanden aber stark abgeschirmte Gebäude betreten, können die darin zurückgelegten Wegstrecken nicht mehr verfolgt und die Leistungswerte der entsprechenden Plakatflächen nicht eruiert werden.

Diese Lücke will SPR+ nun füllen – mit einer Pilotstudie, die bis Ende Jahr abgeschlossen sein soll. Die Basis bilden die vorhandenen GPS-Daten: «Dank diesen wissen wir immerhin, welche Personen wann durch welchen Eingang in welches Gebäude eingetreten sind und wann diese wo das Objekt wieder verlassen haben», erklärt SPR+-Geschäftsführer Felix Mende. Im Rahmen der Pilotstudie würden nun vier Bahnhöfe, ein Shopping-Center, ein Parking, eine Autobahnraststätte und eine Tankstelle empirisch untersucht. «Es werden verschiedene Erhebungsmethoden getestet, um die bestmögliche Methode für die Hauptstudie zu identifizieren», sagt Mende. Er ist zuversichtlich, dass dies möglich ist. Darüber hinaus wird, so der SPR+-

## So funktioniert SPR+

In den vergangenen rund sieben Jahren trugen über 10 000 Schweizerinnen und Schweizer während je einer Woche einen GPS-Mobilitymeter, der in jeder Sekunde die Signale von mindestens vier Satelliten speichert. Diese gespeicherten Wegstrecken wurden danach meteregenau auf eine digitale Karte übertragen, die auch die Positionen der Plakatstellen und deren Beachtungsraum enthält. So kann festgestellt werden, wann die Testpersonen welche Stelle wie schnell und in welchem Winkel passierten. Entsprechend sind für jede einzelne Fläche Aussagen über die Anzahl Kontakte und die Kontaktqualität möglich.

Sobald sich ein Proband aber an einem überdeckten Ort aufhielt, konnte sein Mobilitymeter die Satellitensignale nicht mehr oder nur noch eingeschränkt empfangen. Während dieser Zeit wurden folglich keine oder nur unvollständige Positionsdaten gespeichert. Mit der Pilotstudie versucht man nun, diese verborgenen Wegstrecken quasi empirisch zu «rekonstruieren». (mk)

Geschäftsführer, «ein integriertes Modell» entwickelt, welches die GPS-Studie und die Objektstudie miteinander vereinen soll. «Auf diesen Datensatz wird dann das Planungstool SPR+ Expert zugreifen.»

SPR+ führt die Pilotstudie zusammen mit dem deutschen Fraunhofer-Institut für Intelligente Analyse- und Informationssysteme (IAIS) durch. Fraunhofer, ein langjähriger Forschungspartner von SPR+, habe bereits grosse Erfahrung mit dem Erfassen von Personenmobilität in Objekten, sagt Mende.

MARKUS KNÖPFLI

Wenn es um professionelle Lösungen im Online-Marketing geht.

HELP .ch!

Mit den neuen Mediadaten der Suchmaschine Help.ch behalten Sie das Angebot im Überblick.

Bestellbar unter [www.help.ch/mediadaten](http://www.help.ch/mediadaten).



Suchen und profitieren!

HELP Searchengines AG  
Badenerstrasse 75, 8004 Zürich  
Gratis Hotline – für Ihre Fragen:  
0800 SEARCH – 0800 732 724

28139

## Ambient Media

Promotion  
Distribution  
Guerrilla Marketing  
Hochschul-Werbung

propaganda

zielgruppenspezifisch  
werbewirksam  
intensiv  
direkt

22346

Telefon 044 404 20 20 [www.propaganda.ch](http://www.propaganda.ch)