



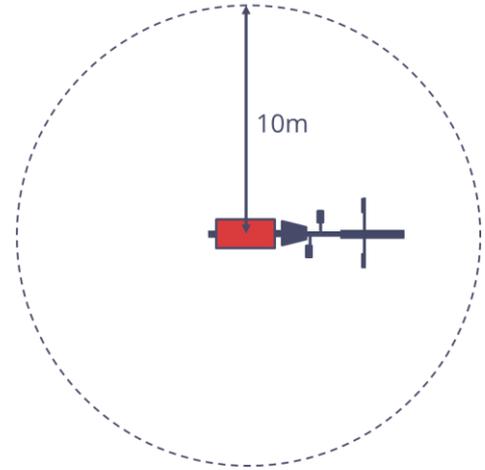
# Reichweite Werbeboxen von Working Bicycle

Zusammenfassung der Studienergebnisse

Dezember 2022

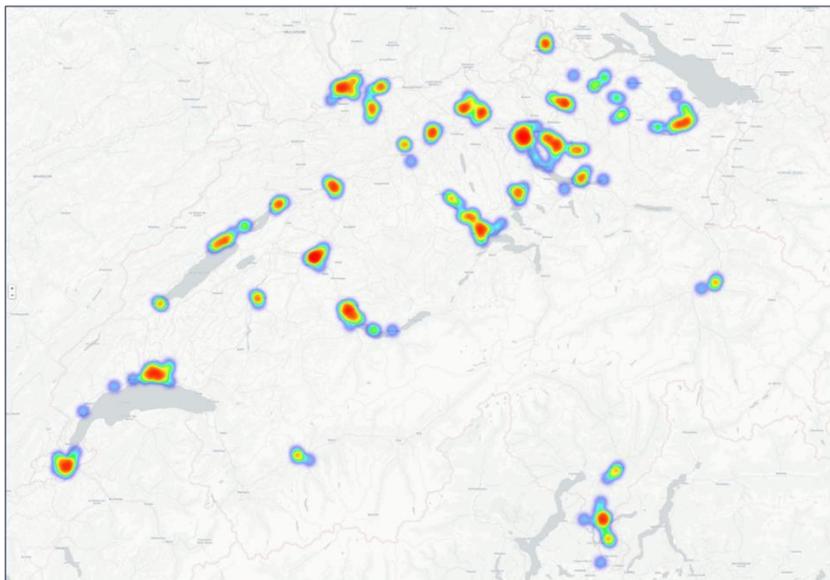
## Zusammenfassung

Mit modernster Messmethodik des Forschungsinstituts *intervista* wurden potenzielle Kontakte mit Werbeboxen von einer Working Bicycle-Kampagne in 30 Städten gemessen und sowohl die Brutto- wie auch die Netto-Reichweite analysiert. Ein potenzieller Werbekontakt wurde dann gezählt, wenn sich eine Person in unmittelbarer Nähe zu einer Werbebox befand (maximal 10 Meter Distanz). Zudem wurden gemäss Branchenstandards Kontakte für unbeleuchtete Werbemittel nur zwischen 6:00 und 20:00 Uhr berücksichtigt.



Die Kampagne fand vom 3. bis 17. September 2022 statt und umfasste 815 Werbeboxen. Während der zweiwöchigen Kampagne wurden hochgerechnet auf die Schweizer Bevölkerung ca. 13.9 Mio. OTS-Kampagnenkontakte generiert. Die Netto-Reichweite der Kampagne lag bei 56%. Somit war etwas mehr als die Hälfte der Schweizer Bevölkerung während der Kampagnenlaufzeit mindestens einmal in der Nähe einer Werbebox der Kampagne.

92% der potenziellen Kontakte fanden statt, während das Fahrrad abgestellt war. 8% fanden während der Fahrt statt. Die meisten Kontakte wurden in den Innenstädten und besonders häufig in der Nähe von Bahnhöfen gemessen. Die nachfolgende Heatmap zeigt die gemessenen Kampagnenkontakte in der Schweiz. Die rote Farbe markiert die Hotspots.



### Kampagne in 30 Städten

Basel	Brugg
Bern	Neuenburg
Genf	Olten
Lausanne	Rapperswil
Zürich	Schaffhausen
Luzern	Solothurn
St. Gallen	Zug
Winterthur	Bellinzona
Biel	Frauenfeld
Aarau	Rheinfelden
Baden	Uster
Chur	Liestal
Lugano	Sitten
Thun	Wil SG
Freiburg	Yverdon-les-Bains

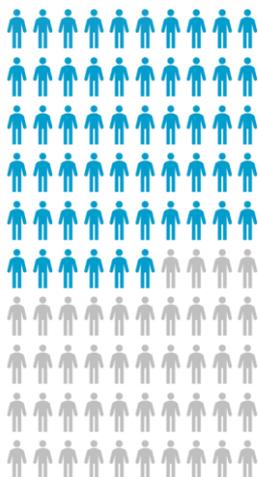
## Kampagnenreichweite

Hochgerechnet auf die Bevölkerung wurden im Kampagnenzeitraum mit den 815 Werbeboxen ca. 13.9 Mio. potenzielle Kampagnenkontakte generiert. Pro Werbebox entspricht das durchschnittlich pro Tag 1'250 potenziellen Kontakten. In grossen Städten wie Zürich, Basel und Bern liegt die durchschnittliche Anzahl Kontakte pro Box etwas höher als in kleinen Städten wie z.B. Schaffhausen und Wil. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass in grösseren Städten die Personendichte grösser ist als in kleineren Städten und dass auch mehr Personen in die grösseren Städte pendeln.



**1'250**

Kontaktchancen pro Tag und Werbebox



**56%**

der Schweizer Bevölkerung im Alter von 15-79 Jahren waren mind. einmal in der Nähe einer der 815 Werbeboxen. Projiziert auf die Bevölkerung entspricht das ca. 3.9 Mio. Personen.

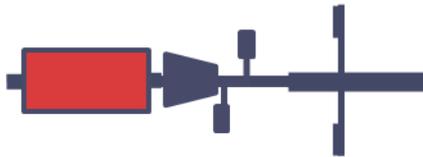
## Die Leistungswerte der nationalen Kampagne im Überblick

<b>Kampagneninformationen</b>	Anzahl Werbeboxen	815
	Kampagnenzeitraum	03.09. bis 17.09.2022
	Budget brutto pro Box	CHF 230.55
<b>OTS-Medialeistung</b>	Potenzielle Kontakte (Bruttoreichweite)	13'861'000
	Nettoreichweite absolut	3'860'000
	Nettoreichweite in %	56%
	Ø potenzielle Kontakte	3.6
<b>Effizienz</b>	TKP <sup>1</sup>	CHF 13.56

<sup>1</sup> Der TKP (Tausenderkontaktpreis) wurde mit Bruttokosten kalkuliert.

## Orte der Werbekontakte

Die grosse Mehrheit der potenziellen Werbekontakte fand statt, wenn die Fahrräder mit den Werbeboxen abgestellt waren (92%) . Nur 8% der potenziellen Kontakte fanden mit Fahrrädern unterwegs statt.

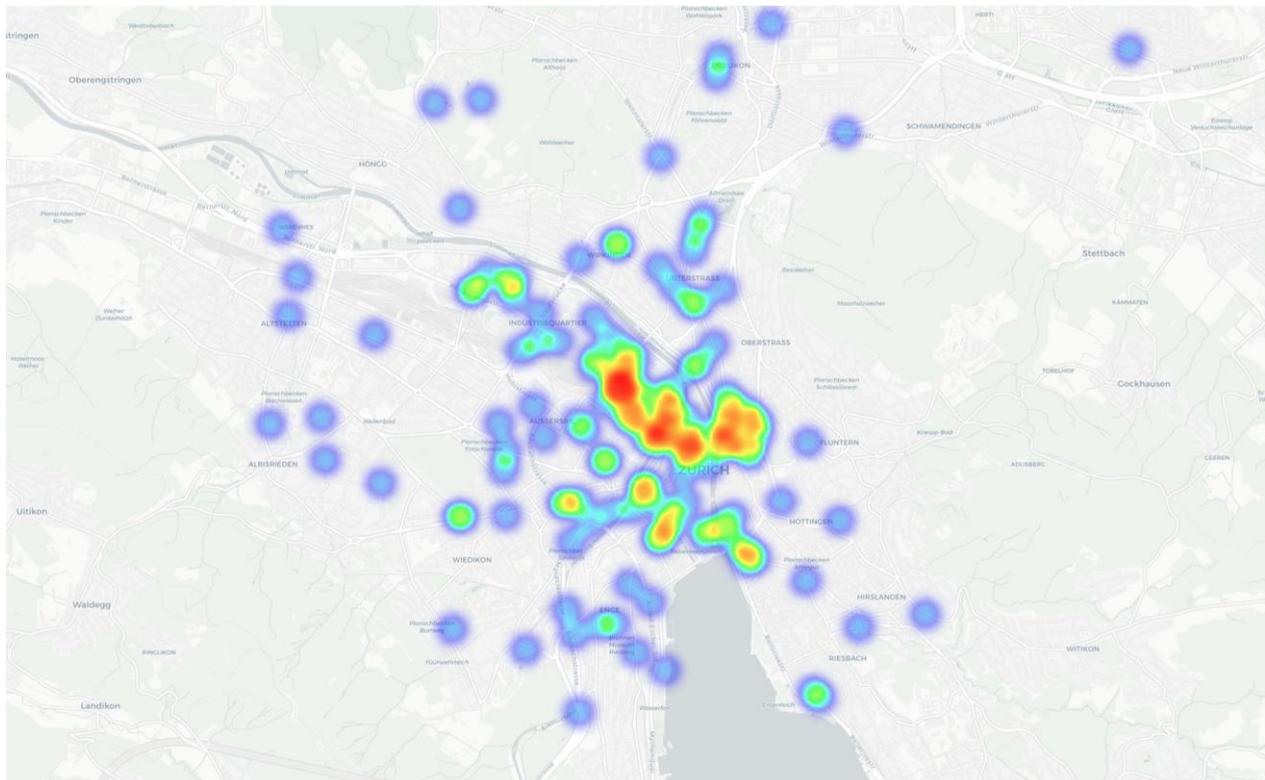


92%  
abgestellt



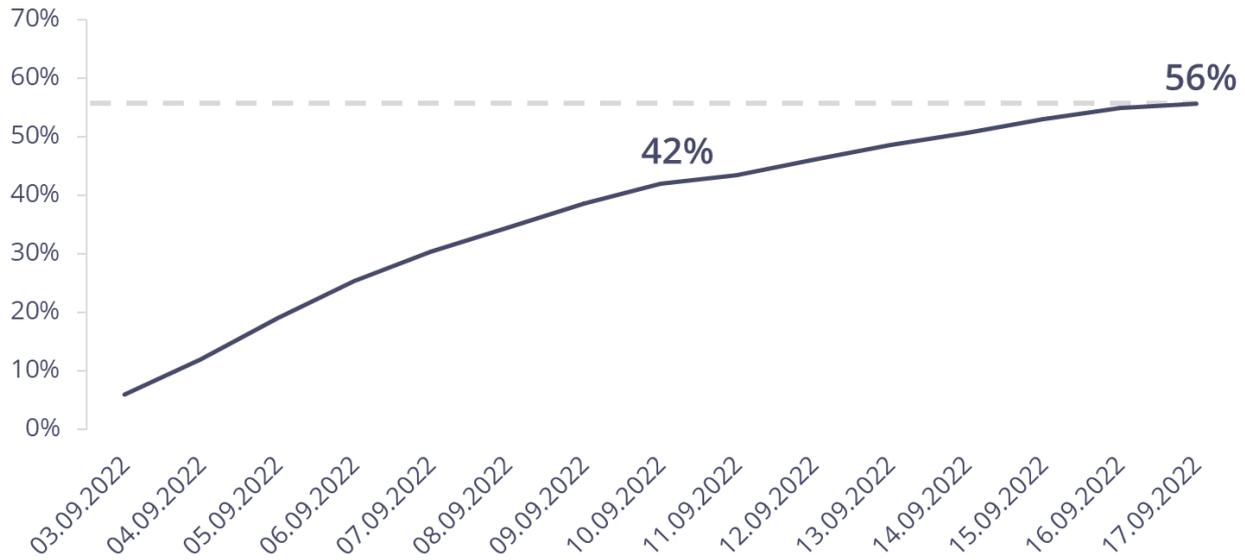
8%  
fahrend

Die Werbeboxen von Working Bicycle sind ein urbanes Werbemedium. Die meisten Werbekontakte der Kampagne fanden in den Innenstädten und besonders häufig in der Nähe der Bahnhöfe statt. Die folgende Heatmap zeigt exemplarisch für die Stadt Zürich die Orte, wo die Kampagnenkontakte gemessen wurden. Orte mit besonders vielen Kontakten sind rot markiert.



## Reichweitenaufbau

Nach einer Woche wurde eine Netto-Reichweite von 42% erreicht. Mit der zweiten Woche konnte die Netto-Reichweite auf 56% nochmals deutlich erhöht werden. Das heisst, dass durch die zweite Kampagnenwoche nochmals viele neue Personen einen Erstkontakt mit der Kampagne hatten.



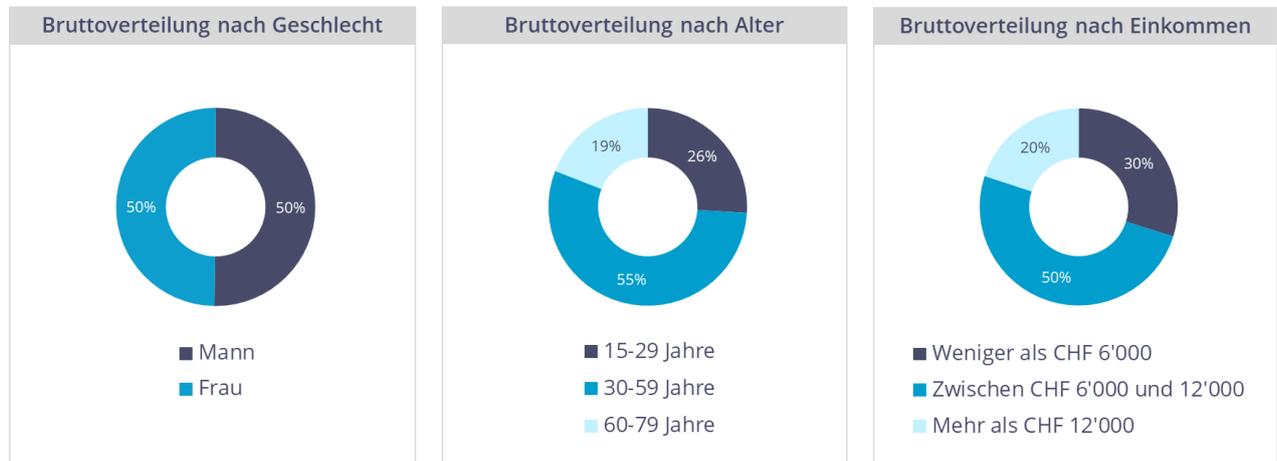
Es wurde zudem kalkuliert, wie die Netto-Reichweite der Kampagne gewesen wäre, wenn sie in weniger Städten gebucht worden wäre. Nachfolgende Tabelle gibt dazu einen Überblick:

Kampagne	Anzahl Boxen	Netto-Reichweite
30 Städte	815	56%
Top 9 Städte	400	39%
Top 5 Städte	250	31%
Top 3 Städte	150	23%
Nur Zürich	50	11%
Nur Bern	50	8%
Nur Basel	50	5%
Nur Lausanne	50	5%
Nur Genf	50	4%

Die Daten zeigen, dass mit einer Buchung in den Top 3-, Top 5- oder Top 9-Städten bereits eine beachtliche Netto-Reichweite erreicht werden kann.

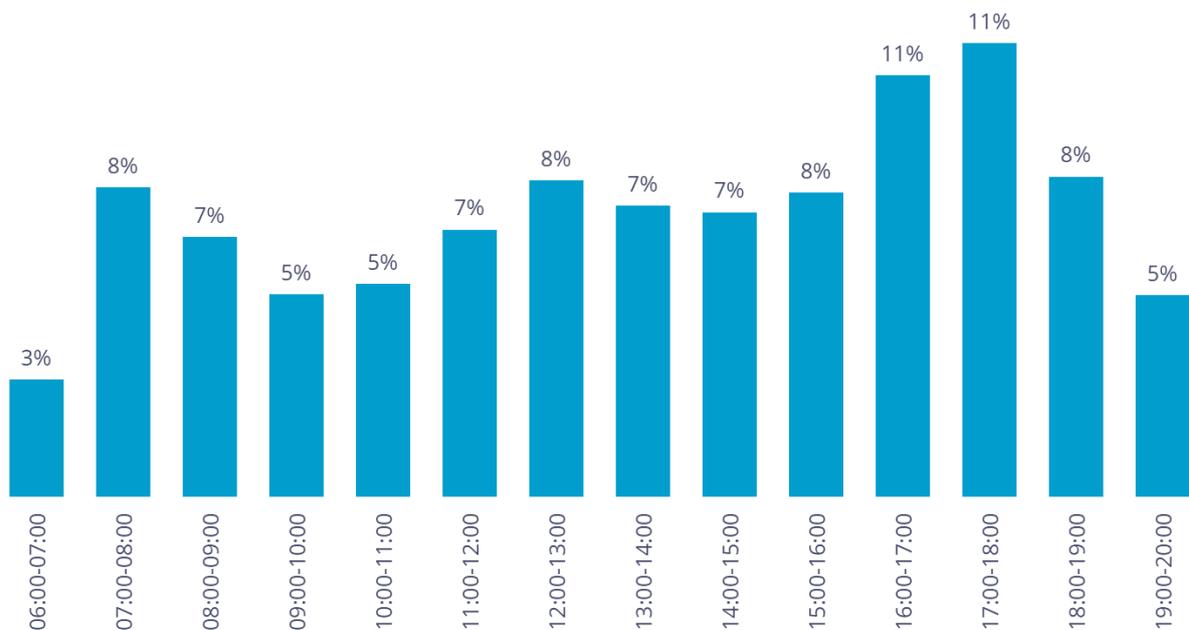
## Verteilung der potenziellen Kontakte nach Soziodemografie

Die Verteilung der potenziellen Kontakte entspricht in etwa der Schweizer Bevölkerung.



## Werbekontakte nach Uhrzeit

Zu typischen Pendlerzeiten z.B. zwischen 7:00 und 8:00 sowie zwischen 16:00 und 18:00 Uhr werden verhältnismässig viele Werbekontakte gemessen.



## Methodik

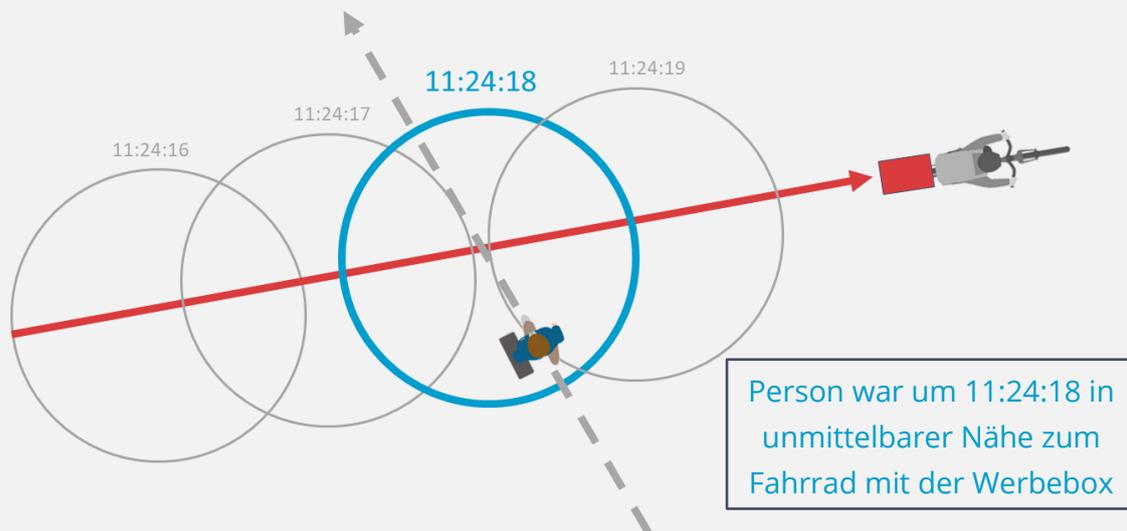


### Messung im Footprints-Panel von intervista

- > Kontinuierliche Aufzeichnung der Aufenthaltsorte und des Mobilitätsverhalten mit der Smartphone App Footprints Research
- > Messung von GPS-Koordinaten und Daten der Beschleunigungs- und Rotationssensoren des Smartphones
- > 3'000 Personen im Footprints-Panel in repräsentativer Struktur der Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 79 Jahren

### Messung der potenziellen Kontakte mit Werbeboxen von Working Bicycle

- > Die Fahrer:innen von Working Bicycle erheben über eine App die Standort- und Fahrdaten ihrer Werbebox. Diese Standortdaten werden mit den gemessenen Mobilitätsdaten aus dem Footprints-Panel abgeglichen.
- > Potenzielle Kontakte werden dann gezählt, wenn eine Person eine Distanz von maximal 10 Metern zur Box hat. Dazu erfolgt ein detaillierter Abgleich der Aufenthaltsorte bei abgestellten Fahrrädern und während der Fahrt.



- > In Anlehnung an Branchenstandards für unbeleuchtete Werbemittel werden für die Reichweitenkalkulation nur Kontakte zwischen 6:00 und 20:00 Uhr berücksichtigt.
- > Die Werte geben reine Aufenthalte in der Nähe der Werbeboxen an und beinhalten keine Informationen zu Blickwinkel, Beachtungsgrad o.Ä.

## Studiendesign

Zielsetzung	Das Ziel der Studie war, potenzielle Kontakte einer nationalen Kampagne auf Werbeboxen von Working Bicycle AG zu messen und die Reichweiten zu analysieren
Kampagnendetails	Zweiwöchige Kampagne mit insgesamt 815 Werbeboxen in 30 Städten vom 3.9. bis 17.9.2022
Datenerhebungsmethode	Smartphone App-basierte Messung der potenziellen Kontakte mit Werbeboxen von Working Bicycle
Datenquelle	Footprints-Panel von intervista
Grundgesamtheit	Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15-79 Jahren
Stichprobengrösse	2'995 Personen
Gewichtung	Gewichtung nach Alter, Geschlecht und WEMF-Region entlang repräsentativer Vorgaben für die Schweizer Bevölkerung vom Bundesamt für Statistik

## Kontaktperson bei intervista



**Beat Fischer**  
Mitglied der Geschäftsleitung  
+41 31 511 39 21  
Beat.fischer@intervista.ch