

Insights direkt von der Skipiste

Beat Fischer und Felix Bernet
Mitglieder der Geschäftsleitung
intervista AG



intervista betreibt das Location-Tracking-Panel «Footprints», in welchem kontinuierlich die Aufenthaltsorte der teilnehmenden Personen aufgezeichnet werden. So entsteht ein immer grösserer Tracking-Datenschatz zum Reise- und Freizeitverhalten, der in Kombination mit Profildaten analysiert wird. Auch standortgenaue Mobile-Befragungen sind möglich, z.B. an einer Seilbahnstation in einem Skigebiet.

Ein klirrend kalter, windiger Morgen in Basel Anfang Dezember, Herr M.¹ zieht seine Mütze tief ins Gesicht, als er kurz nach halb sechs das Haus verlässt. Mit Gepäck und neuer Skiausrüstung kämpft er sich zum Bahnhof Basel SBB, wo er um 5:58 den Zug via Bern nach Visp nimmt. Auf der anderen Seite des Lötschbergtunnels lacht ihm die Sonne entgegen. In Visp besteigt er die Matterhorn Gotthard Bahn und um 9:14 trifft er bereits in Zermatt ein (vgl. Abbildung 1).

In der kurzen Warteschlange der Sunnegga-Bahn informiert er sich auf den Bildschirmen über die verschiedenen Pisten. Auf einigen Screens fällt ihm Werbung zum neuen Audi e-tron auf. «Dieses Auto würde mir schon noch gefallen», denkt er sich, «und leisten könnte ich es mir ja auch...» Doch jetzt geht's erstmal weiter mit der Seilbahn, ganz nach oben, aufs Rothorn, um dann schwungvoll ins Tal zu brettern.

Im Durchgangsbereich zur Rothorn-Bahn vibriert sein Handy: Eine Push-Nachricht der Footprints-Research-App zeigt an, dass eine kurze Befragung für ihn bereitsteht. Bis er einsteigen kann, hat er kurz Zeit, also husch die App öffnen: Im kurzen Fragebogen geht's darum, wie er heute die Ankunft im Skigebiet erlebt hat und ob ihm Werbung aufgefallen ist. Für einen kurzen Moment ist er verblüfft: Die Fragen passen haargenau zu seinem aktuellen Aufenthalt in Zermatt ... aber klar, diese Forschungsapp von intervista zeichnet ja auch Standortdaten auf. Es gefällt ihm, durch das blosses Teilen seiner Standortdaten zu ganz neuen Forschungserkenntnissen beizutragen, und damit ist Herr M. nicht allein. Er ist einer von schweizweit mittlerweile 3000 Personen mit dieser App.



Abb. 1: Herrn M.s Anreise in der Footprints-Research-App

Ein unermesslicher Datenschatz

Ein geschäftiger Januarmorgen am neuen Standort von intervista in Zürich. Immer wieder aufs Neue fasziniert vom schier endlosen Datenschatz beugen sich die Forscher und Data Scientists über ihre Bildschirme und vertiefen sich in die Auswertungen und Visualisierungen. Das Footprints-Erhebungssystem basiert nebst der Triangulation via Mobilfunk- und WiFi-Netz auch auf Technologien wie Geofencing und

¹ Name ist intervista bekannt

Beacons. Fortlaufend kommen so neue Standortdaten der 3000 Panelisten mit der Footprints-App hinzu. Es entsteht eine immer grössere Basis für immer genauere Verhaltensanalysen, welche die Forscher von intervista mit erfragten Profildaten kombinieren. Dies ermöglicht ihnen neuartige, detaillierte Erkenntnisse, beispielsweise im Bereich der Out-of-Home-Werbeforschung oder zum Einkaufs- und Mobilitätsverhalten zu gewinnen. An diesem Morgen widmen sie sich Fragestellungen zum Wintersporttourismus und visualisieren die aggregierten Bewegungsdaten aller Panelisten, welche sich im Verlauf von 2019 in bestimmten Destinationen aufhielten, in spannenden Heatmaps. Diese zeigen auf, dass die Destination Zermatt Gäste aus der ganzen Schweiz und insbesondere aus wirtschaftsstarken Regionen anzieht, während die Einzugsgebiete von Adelboden-Lenk und Flumserberg viel stärker auf die jeweilige Region begrenzt sind (vgl. Abbildung 2). Die Analyse der Aufenthaltsdauer ergänzt diese Ergebnisse. Es zeigt sich, dass in Zermatt 60 Prozent der Schweizer Besucher – so wie auch Herr M. – für einige Tage im Ort bleiben. In Adelboden-Lenk hingegen erstrecken sich 60 Prozent der registrierten Aufenthalte nur über einen Tag, in Flumserberg machen die Tagesausflüge sogar 90 Prozent der Aufenthalte aus. Mit Footprints Research werden folglich auch all die Besucher erfasst, welche in Tourismusstatistiken, die auf Übernachtungsgästen basieren, nicht berücksichtigt sind.

Insights für Tourismusverantwortliche und Werbetreibende

Interessant ist auch, welche Destinationen von den jeweiligen Gästen sonst noch besucht werden. Die intervista-Forscher entdecken in den Daten, dass 9 Prozent der Personen, welche im Jahr 2019 die Destination Adelboden-Lenk besucht haben, auch mindestens einmal in Zermatt waren. Zudem bemerken sie, dass in Zermatt drei Viertel der Schweizer Gäste aus der Deutschschweiz kommen, in der Destination 4 Vallées (u.a. Verbier) hingegen nur gerade 4 Prozent. So wie Herr M. gehören generell viele Besucher von Wintersportdestinationen zu den Gutverdienern, wie die Kombination der Trackingdaten mit Profildaten zum Haushaltseinkommen der Panelisten zeigt. An das Durchschnittseinkommen der Besucher von St. Moritz kommt jedoch keine andere Wintersportdestination heran (vgl. Abbildung 3). Solche Zielgruppeninformationen sind insbesondere für die Mediaplanung nützlich, beispielsweise wenn es darum geht, attraktive Zielgruppen mit Out-of-Home-Werbung auf digitalen Screens oder Plakaten anzusprechen.

| Besucher von Wintersport-Destinationen | Durchschnittliches Haushaltseinkommen |
|--|---------------------------------------|
| St. Moritz | CHF 9'718 |
| Flumserberg | CHF 9'453 |
| Adelboden-Lenk | CHF 9'413 |
| Zermatt | CHF 9'362 |
| 4 Vallées | CHF 9'129 |
| Bevölkerung | CHF 8'688 |

Abb. 3: Interessant für Werbetreibende und Destinationen: Kombination von Tracking- und Profildaten.

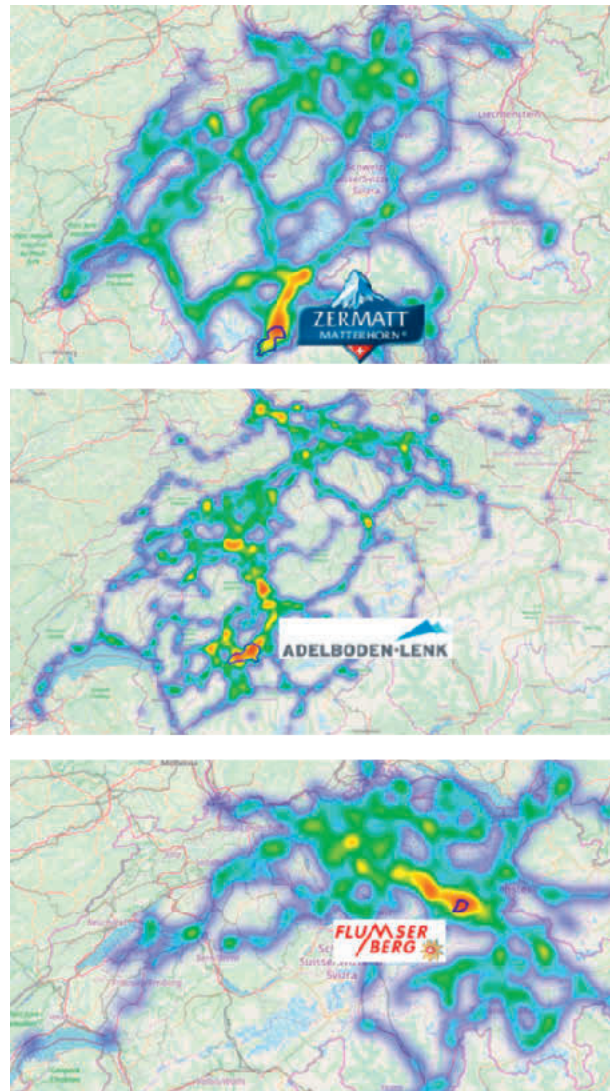


Abb. 2: Die Heatmaps der aggregierten Bewegungsdaten zeigen die Einzugsgebiete von Wintersportdestinationen auf.

Location-Based Mobile Research

Der Werbeforschung dient auch die Befragung, zu welcher Herr M. via Push-Nachricht eingeladen worden war. intervista untersucht im Auftrag von APG|SGA die Empfänglichkeit für Werbung und die Werbebeachtung in Skigebieten. Das Footprints-Panel ist für dieses Forschungsthema geradezu prädestiniert: Konnte eine solche Studie früher nur aufwendig mit vor Ort positionierten Face-to-Face-Interviewern realisiert werden, ist es nun möglich, in eng definierten Zielgebieten eine Befragung auszulösen. Für diese Studie hat intervista in diversen Wintersportdestinationen Geofence-Zonen definiert. Sobald ein Panelist die Zone betritt, erkennt das System den Aufenthalt und löst eine Einladung zu einer Befragung auf dem Smartphone aus. So konnten die Eindrücke von Herrn M. direkt im Anschluss an den Moment des Geschehens erfasst werden. Die Forscher von intervista kombinieren diese Befragungsdaten nun mit den Trackingdaten zu detailreichen Erkenntnissen – und während sie dies tun, sind Herr M. und alle anderen Footprints-Panelisten wieder irgendwo unterwegs und sorgen dafür, dass der Datenschatz wächst und wächst und wächst ...