



Management Summary GfK Reichweitenstudie zu Flatscreens in den ECE Einkaufszentren Mai/Juni 2010

Studienaufbau:

Studiendesign, Messmethodik, Analyse und Ergebnisaufbereitung durch die GfK, Feldarbeit in Abstimmung mit GfK durch IM Leipzig. Erhebungszeitraum 10.04.2010 - 15.04.2010.

An 3 Teststandorten (Alstertal-Einkaufszentrum, Hamburg, Ernst-August Galerie, Hannover und Rhein-Center, Köln) wurde eine 2 teilige Besucherstudie (verdeckte Laufwegebeobachtung und anschließende face-to-face Exit-Befragung) an insgesamt 310 Probanden durchgeführt.

Die Auswahl der Teststandorte erfolgten in Bezug auf Besucherstrukturen und Screeninstallationen so, dass die gewonnen Erkenntnisse und Ergebnisse auf das Gesamtnetz übertragbar sind.

Ergebnisse aus der Laufwegebeobachtung = Reichweite von ECE flatmedia:

Die 41 ausgestatteten Center haben auf eine 6 Tage Woche gerechnet 8.100.000 Besucher (automatische Zählanlagen in den Centern).

- Die Nettoreichweite der Screens liegt laut Studie bei 98% der Besucherfrequenz und beträgt damit national* 7.938.000 Shoppfern, d.h. die Screens sind so installiert, dass nahezu alle Besucher mit diesen in Kontakt kommen.
- Die Bruttoreichweite entspricht 335% der Besucheranzahl pro Woche und somit 27.155.214 Kontakte, d.h. jeder Besucher geht während seines Besuches an ca. 3,5 Stellen vorbei, an denen Screens hängen.
- Die nationale Spotreichweite beträgt 9.269.734, d.h. die Besucher gehen mehr als 9 Mio mal genau dann an den Screens vorbei, wenn der Spot ausgestrahlt wird.
- Der nationale OTS Wert beträgt 3,42 bezogen auf die Nettoreichweite (98%). Dies bedeutet, dass alle Personen während Ihres Einkaufs an Ø 3,42 Stellen mit Screens vorbeikommen.
- Somit ergibt sich ein Werbeträger-TKP von 1,95 € und Werbemittel-TKP von 5,72 €.

Ergebnisse aus der Face-to-face Befragung = Erinnerungswerte ECE flatmedia:

10 Sek. Testspot wurde in den Loop integriert und im face-to-face Interview abgefragt.

Ungestützte Motiverinnerung Testspot:	17%
Verbal gestützte Motiverinnerung Testspot:	28%
Motivwiedererkennung (Screenshots aus Testspot):	33%.

Damit ergibt sich der Wert von 3.068.539 für die erinnerungswirksamen Bruttokontakte pro Woche.

* national entspricht den 41 mit Flatscreens ausgestatteten ECE Centern

Nachtrag zur GfK Reichweitenstudie:**Ergebnisveränderungen durch Installationsoptimierung, Netzausbau*
und Loopplängenreduktion seit Juli 2010**

	Juni 2010	Februar 2011
Besucher pro Woche	8.100.000	9.090.000
Anzahl Screenpositionen (Stellen)	424	540
Anzahl Center	41	47
OTS	3,42	4,1
Bruttoreichweite	27.155.214	36.353.549
Spotreichweite	9.269.734	14.334.184
TKP auf Basis Werbemedium	1,95 €	1,53€
TKP auf Basis Werbemittel	5,72 €	3,88€

*Ab April 2011 sind 47 Center national installiert

Stand: 23.02.2011