



# Arbeitsgruppe Marktforschung & Programmatic DOOH

Treffen am 22.04.2021

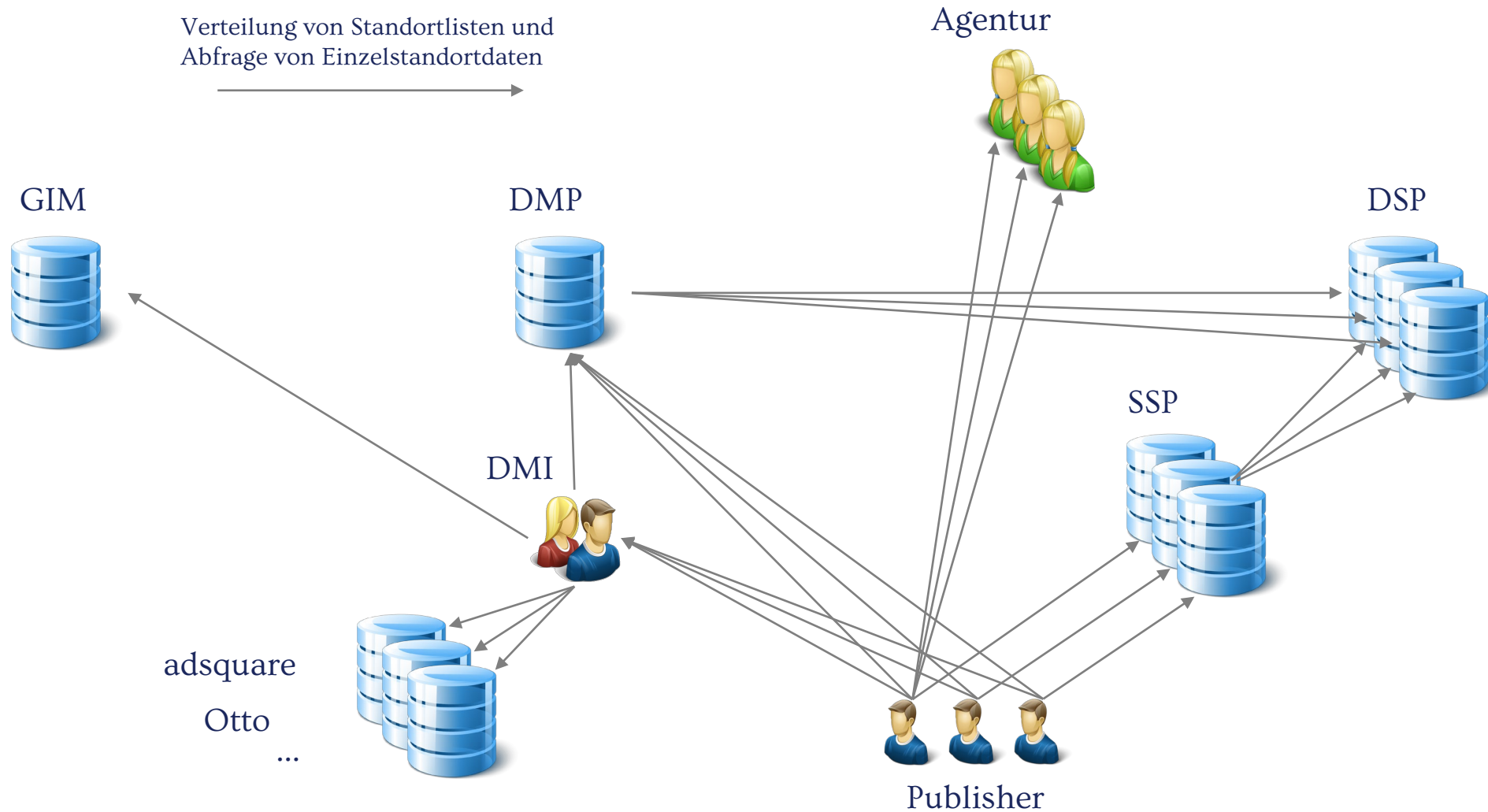
# AG Mafo & Programmatic am 22.04.2021

1. Public & Private Screens Monatsdaten
2. Public & Private Screens auf Einzelstandortebene
3. Ausblick: Zielgruppen auf Einzelstandortebene

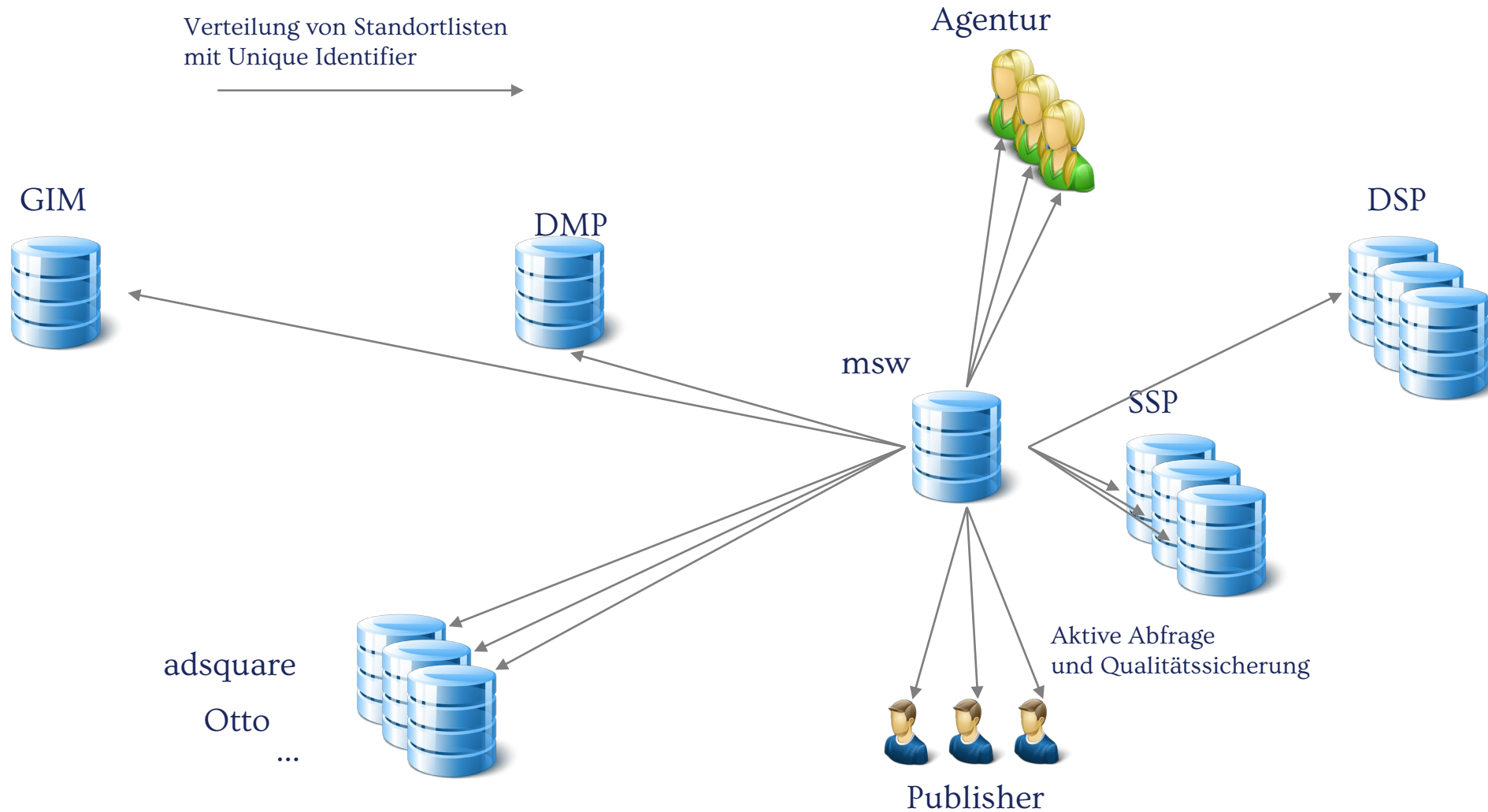
[Übersichtspräsentation P&PS Methode](#) (zu TOP 1.-3.)

4. Unique Identifier für DOOH Standorte
5. Sondierungsgespräche agof

# 4. Einzelstandortdaten brauchen Unique Identifier



# 4. Einzelstandortdaten brauchen Unique Identifier



# 5. Public & Private Screens

## Bevölkerungsrepräsentative Basisbefragung

im Trackingpanel der GIM  
liefert **Besuchshäufigkeiten** in  
DOOH-Angeboten (Locations)  
N=10.000/Jahr

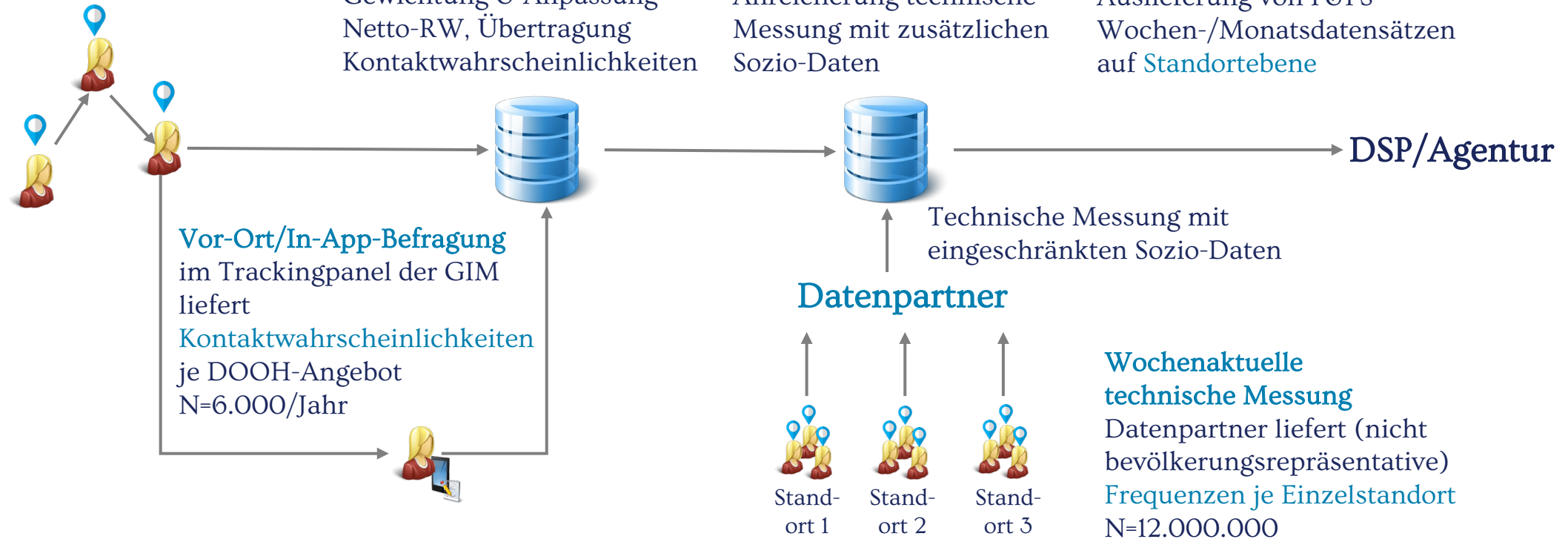
## GIM

Gewichtung & Anpassung  
Netto-RW, Übertragung  
Kontaktwahrscheinlichkeiten

## DMP

Anreicherung technische  
Messung mit zusätzlichen  
Sozio-Daten

Auslieferung von P&PS  
Wochen-/Monatsdatensätzen  
auf **Standortebene**



# 5. daily digital facts

## Telefonische Basisbefragung

liefert personenbeschreibende Informationen und Mediennutzung der Internetnutzer  
N=29.000 (4 Wellen in 2 Jahren)



Gewichtung & Anpassung  
Netto-RW, Übertragung  
Kontaktwahrscheinlichkeiten



Auslieferung von  
tagesaktuellen  
Studiendatensätzen

DSP/Agentur

**On-Site/In-App-Befragung**  
(Stichprobe aus 930.000 Clients)  
liefert Soziodemografie und Nutzung unterschiedlicher Angebote;  
930.000 Einladungen je Woche



Anreicherung  
technische Messung  
mit Sozio-Daten

Client 1    Client 2    Client 3

## Nutzerbildung

Zusammenfassung aus technischer Vollerhebung zu N=300.000 Unique Users; Ersatz wegfallender Clients aus Pool (400k)

## Anreicherung/Profilierung

Von N=400.000 Clients je Woche aus Vollerhebung

## Tagesaktuelle technische Messung

Nutzungsdaten aller teilnehmenden Angebote in Vollerhebung



Ansprechpartner: Frank Goldberg  
Digital Media Institute  
Maximilianstr. 13  
80539 München

[frank.goldberg@dmi-org.com](mailto:frank.goldberg@dmi-org.com)  
[www.dmi-org.com](http://www.dmi-org.com)