

SBB Werbung Nutzerfrequenzen / Kontaktchancen 2011

SBB Werbung – Benjamin Keil

02. Februar 2012



blue eyes marketing gmbh
Weystrasse 26
CH-6006 Luzern

Die Agentur

Innovativ. Kundenorientiert. Persönlich.

Gründung

Januar 2001.

Führung

Markus Britschgi. Inhabergeführte Agentur.

Team

- 👁 5 Mitarbeitende Projekte.
- 👁 Eigene InterviewerInnen für qualitative Studien in deutscher, französischer, italienischer Sprache
- 👁 Speziell ausgebildete InterviewerInnen für Kinder- und Jugendforschung
- 👁 Langjährige Zusammenarbeit mit den gleichen Fachspezialisten (Befragungsinfrastruktur, Augenkamera, psychologische Beratung)

Mitgliedschaften

- 👁 vsms swiss interview institute® (Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher)
- 👁 IG Quali Marktforschung Schweiz

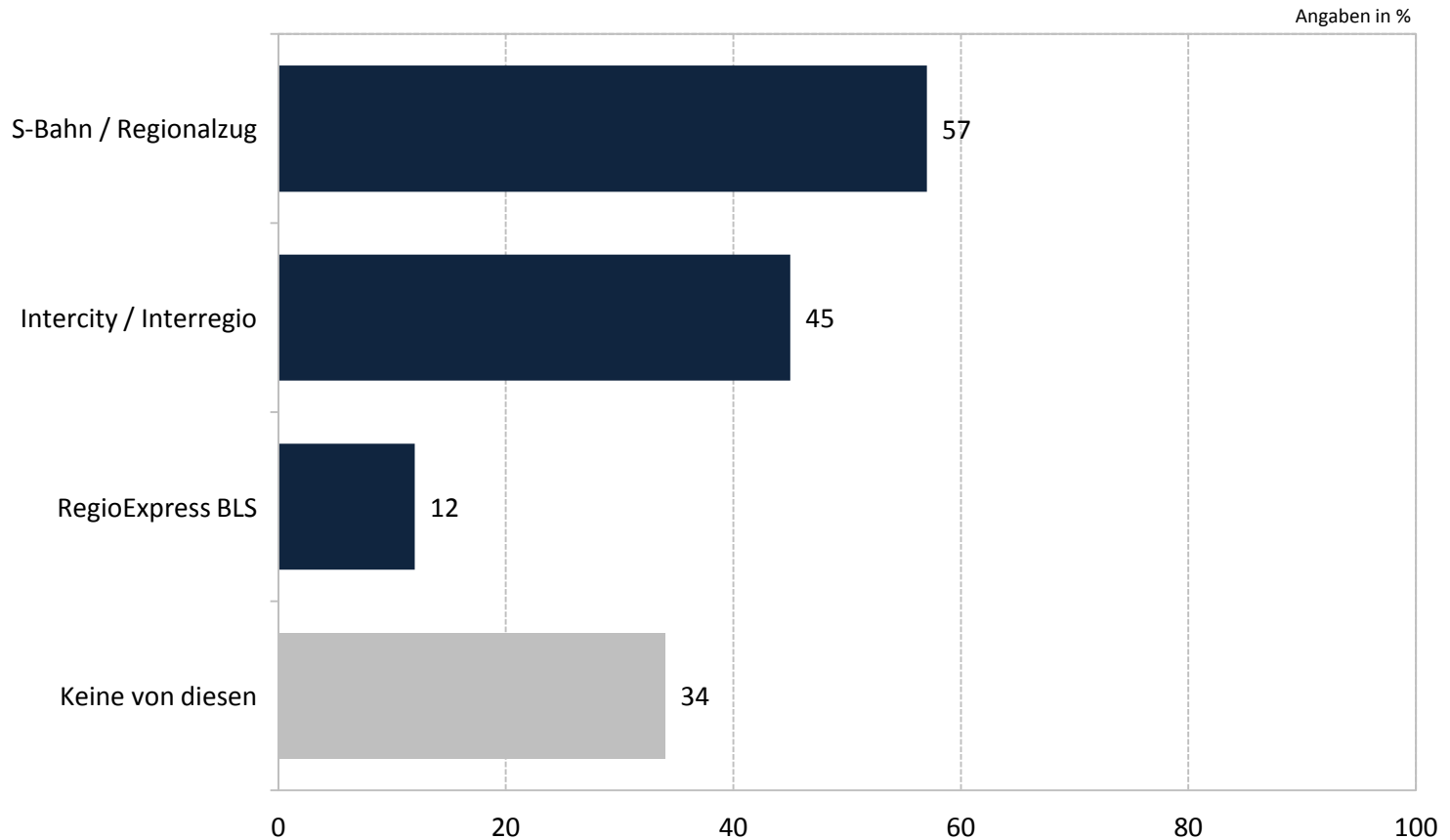


Research Design & Projektleitung:	blue eyes marketing gmbh, Luzern, Markus Britschgi (Mitglied Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher vsms)
Methode:	ad hoc Studie, online Befragung mittels voll strukturiertem Fragebogen
Befragungszeit:	7. September – 3. Oktober 2011
Feldarbeit:	LINK Institut, Zürich (Mitglied Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher vsms)
Datenaufbereitung:	blue eyes marketing gmbh, Luzern
Grundgesamtheit:	Bevölkerung ganze Schweiz, 15 – 74 Jahre, mit Online- Erreichbarkeit. Die Probanden wurden offline rekrutiert (telefonisch) und nehmen online an der Befragung teil. Die Online- Abdeckung beträgt je nach Alterssegment zwischen 70 – 80%. Fahren mind. 1x pro Jahr mit dem Zug.
Stichprobe:	4003 Interviews (DS 3005, WS 797, TI 201)
Repräsentativität:	Die Studie ist repräsentativ mit einem max. Vertrauensbereich von +- 1.58%.

Nutzung / Reichweite Bahnen

Nutzung Bahnen

Sind Sie innerhalb der letzten zwei Wochen in der Schweiz mindestens einmal mit einem der folgenden Züge gefahren?



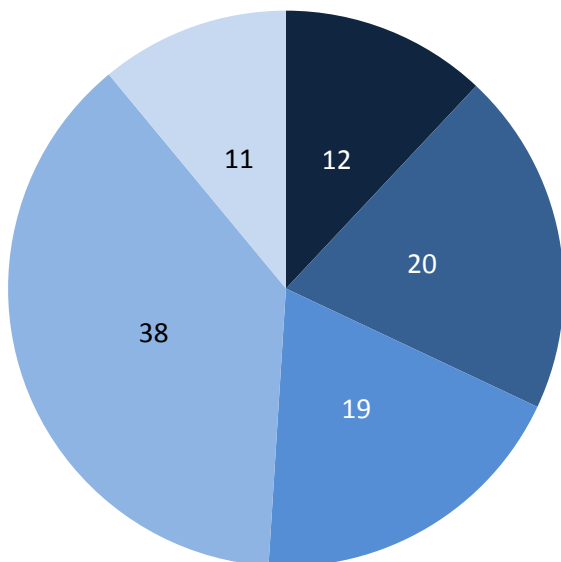
Nutzungshäufigkeit Bahnen der Seltenfahrer

Wie oft fahren Sie grundsätzlich mit den folgenden Zügen?

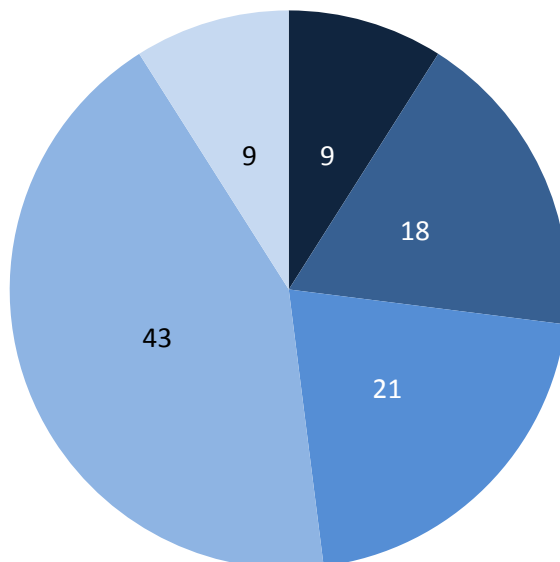
Angaben in %

Filter: In den letzten 2 Wochen keiner der folgenden Züge benutzt

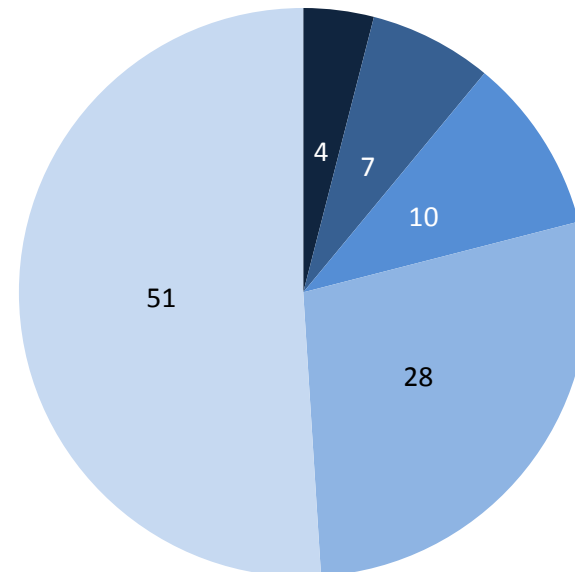
S-Bahn / Regionalzug (N=1727)



Intercity / Interregio (N=2197)



RegioExpress BLS (N=3513)

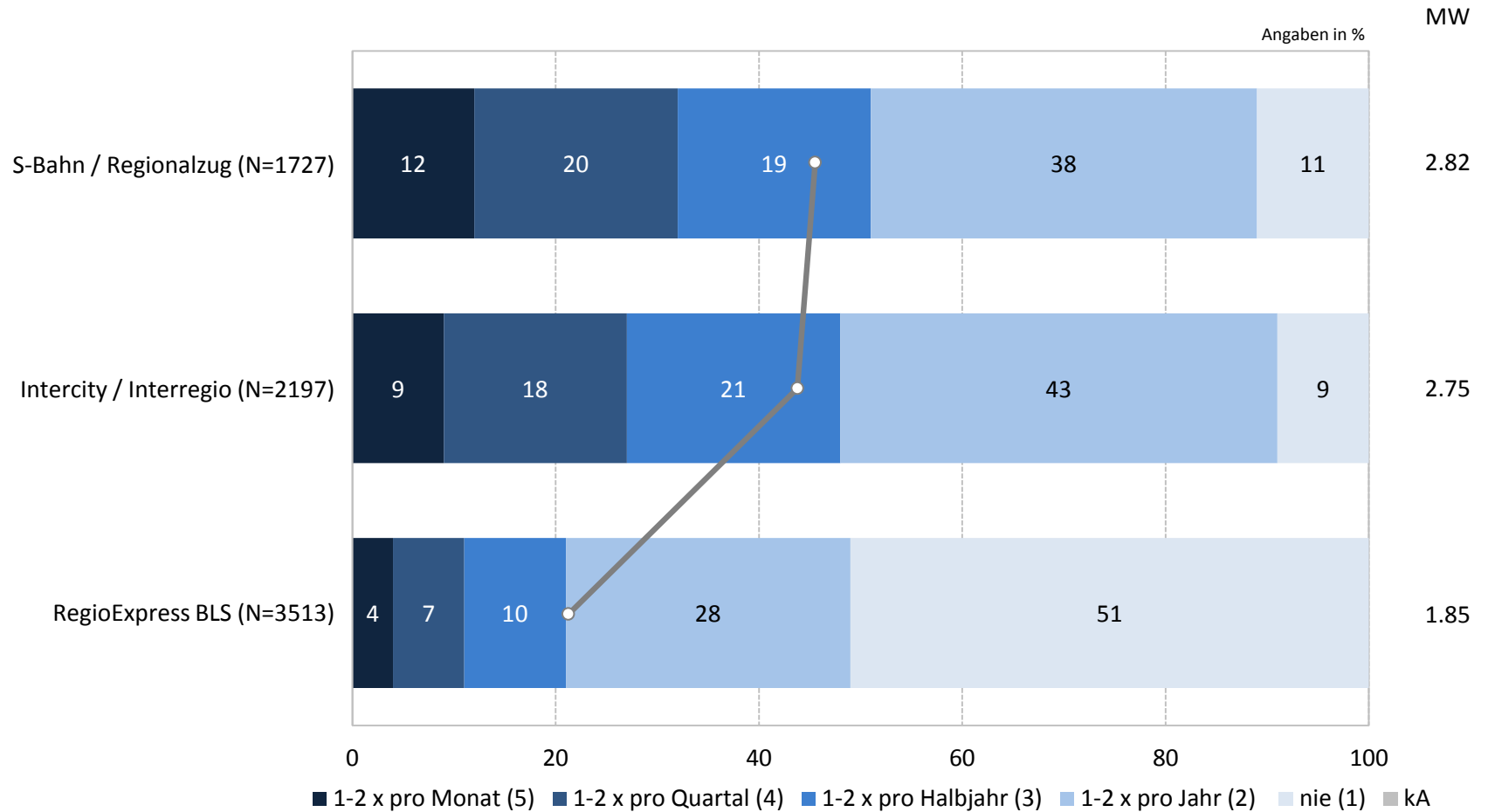


■ 1-2 x pro Monat (5) ■ 1-2 x pro Quartal (4) ■ 1-2 x pro Halbjahr (3) ■ 1-2 x pro Jahr (2) ■ nie (1) ■ kA

Nutzungshäufigkeit Bahnen der Seltenfahrer

Wie oft fahren Sie grundsätzlich mit den folgenden Zügen?

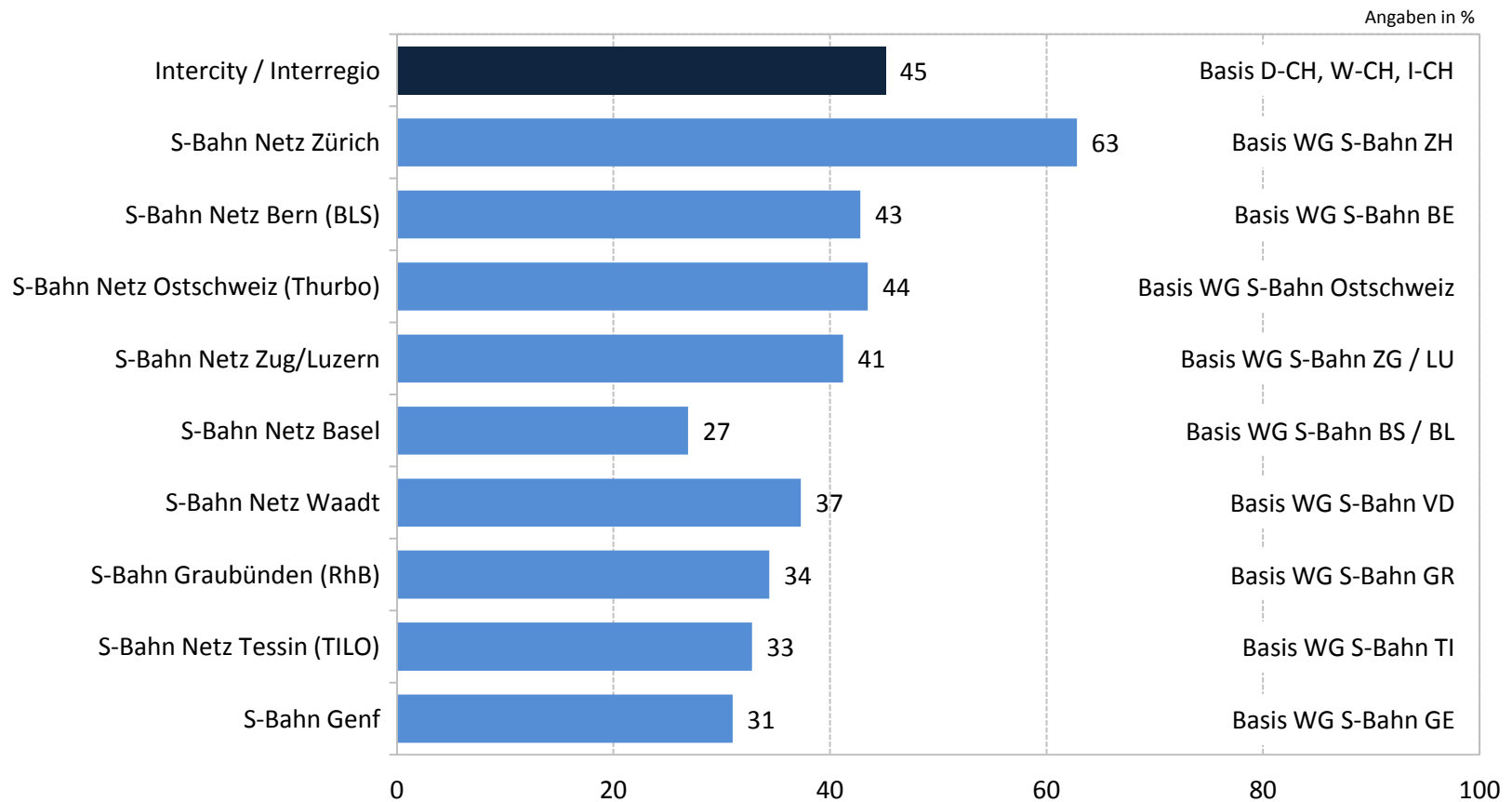
Filter: In den letzten 2 Wochen keiner der folgenden Züge benutzt



Reichweite Bahnen

In welchen der folgenden Bahnen sind Sie gefahren?

Filter: In den letzten 2 Wochen eine der folgenden Bahnen benutzt
Angaben in % der entsprechenden *Wirtschaftsregion (WG)*



Kontaktchancen RailPoster

Vergleich der Hochrechnungsmodelle für die Studien 2009 und 2011

Ausgangslage für die Berechnung der Kontaktchancen pro Monat

Die Studie ‚Nutzerfrequenzen‘ hat das Ziel, die Kontaktchancen für die Beachtung des Werbemittels ‚RailPoster‘ in IC / IR – Zügen sowie S-Bahn Zügen zu ermitteln.

Die Berechnung dieser Kontaktchancen pro Monat erfolgt mittels einer statistischen Hochrechnung, welche sich schlussendlich auf die IC / IR – Zügen wie auch auf die einzelnen S-Bahn Netze verteilen lässt.

Die Zahlen der Studie 2011 wurden mit einem angepassten Modell hochgerechnet. Somit sind die Daten über die Kontaktchancen für die Studien 2009 und 2011 nicht mehr vergleichbar.

Die folgenden Charts zeigen auf, welche statistischen Anpassungen vorgenommen worden sind. Es ist geplant, für zukünftige Vergleichsstudien das angewandte Modell der Studie 2011 zu verwenden.

Vergleich der Hochrechnungsmodelle für die Studien 2009 und 2011

Berechnung der Kontaktchancen für die einzelnen S-Bahnen

Thema	Studie 2009 GfK	Studie 2011 blue eyes marketing
Wie viele Personen nutzen die S-Bahn Zürich (als Beispiel) in absoluten Zahlen?	<p>Hochrechnung auf das Einzugsgebiet der S-Bahn Zürich. (Region Zürich gemäss WEMF Wirtschaftsgebiete)</p> <p>Für die Berechnung wurden nur diejenigen Personen berücksichtigt, welche in der Region Zürich wohnen. Andere Nutzer der S-Bahn Zürich (auswärtige Personen etc.) wurden nicht mit eingerechnet.</p>	<p>Hochrechnung auf alle S-Bahn Nutzer in der Schweiz.</p> <p>Es wurden alle Personen erfasst, welche mit der S-Bahn Zürich gefahren sind, unabhängig des Wohnorts.</p>

Vergleich der Hochrechnungsmodelle für die Studien 2009 und 2011

Berechnung der Kontaktchancen für die einzelnen S-Bahnen pro Woche

Thema	Studie 2009 GfK	Studie 2011 blue eyes marketing
Wie viele Personen nutzen die S-Bahn Zürich (als Beispiel) pro Woche?	<p>Es wurde die Nutzung der S-Bahn Zürich in den letzten 2 Wochen erhoben.</p> <p>Für die Berechnung der wöchentlichen Nutzung der S-Bahn Zürich wurde der Mittelwert der 2-Wochen-Nutzung gezogen.</p>	<p>Es wurde die Nutzung der S-Bahn Zürich in den letzten 2 Wochen erhoben.</p> <p>Zusätzlich mussten die Probanden angeben, ob sie die S-Bahn Zürich wöchentlich nutzen. Mittels einer Mittelwertberechnung konnte ermittelt werden, wie hoch die wöchentliche Personenzahl in der S-Bahn Zürich im Minimum sein muss.</p>

Vergleich der Hochrechnungsmodelle für die Studien 2009 und 2011

Anwendung der Kontaktchancen pro Zugfahrt

Thema	Studie 2009 GfK	Studie 2011 blue eyes marketing
Wie oft kann ein Passagier während der Zugfahrt ein RailPoster sehen?	Für die Berechnung wurde eine Annahme getätigt: Pro Fahrt 1 Kontaktchance.	Für die Berechnung wurde eine Annahme getätigt: Pro Fahrt 2 Kontaktchancen. (je 1 Kontakt beim Ein- und Ausstieg)

Fazit

Intercity / Interregio – Züge:

- Es ändert die Kontaktchance während einer Zugfahrt von 1 auf 2 Kontakte.
- Keine Änderungen im Bereich der Hochrechnungen.

S – Bahnen:

- Die Berechnung der absoluten Anzahl Passagiere erfolgt neu auf die Grundgesamtheit aller S- Bahn Nutzer und erlaubt so eine Analyse auf die gesamte Bevölkerung.
- Eine Hochrechnung der Kontaktchancen auf das Einzugsgebiet einer S-Bahn (WG) entfällt.
- Die Berechnung der Anzahl Passagiere pro Woche erfolgt dank einer Zusatzfrage in der Befragung detaillierter.
- Es ändert die Kontaktchance während einer Zugfahrt von 1 auf 2 Kontakte.

Rechnungsvorgang Hochrechnungen

Berechnungsschema Anzahl Reisende pro Monat

S-Bahn Zürich						
Anzahl Reisende pro Woche		1'504'037		Kontaktchancen pro Fahrt		2
Pendler-Struktur	Reisende in %	Reisende absolut (gerundet)	Kontaktchancen pro Woche	Kontaktchancen pro Monat	Belegung 50%	Kontaktchancen absolut (gerundet)
1 Tag Pendler	21.2%	318'856	4 (2 Fahrten à 2 Kontakten)	x4 Wochen	:2	2'550'847
2 Tage Pendler	11.7%	175'972	8	x4 Wochen	:2	2'815'558
3 Tage Pendler	7.5%	112'803	12	x4 Wochen	:2	2'707'267
4 Tage Pendler	4.1%	61'666	16	x4 Wochen	:2	1'973'297
5 Tage Pendler	9.4%	141'379	20	x4 Wochen	:2	5'655'181
5+ Tage Pendler	9.6%	144'388	22	x4 Wochen	:2	6'353'054
Total	63.5% wöchentliche Reisende					22'055'204

Lesebeispiel für Auswertung der Kontaktchancen pro Monat, am Beispiel der S-Bahn Zürich

Kontaktchancen bei 2 Kontakten pro Fahrt und 50% - Belegung des Werbemittels

Kontaktchancen:

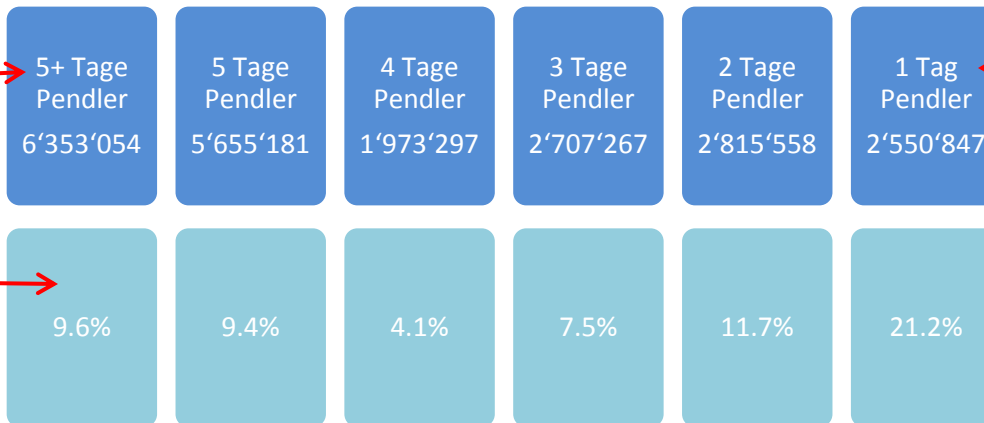
Möglichkeiten der Reisenden, den Rail Poster beim Ein- / Ausstieg oder während der Fahrt wahrzunehmen.

22'055'204

Kontaktchancen pro Monat

Total Kontaktchancen pro Monat:

Total aller möglichen Kontakte der Reisenden in der S-Bahn Zürich während einem Monat.



Total Kontaktchancen pro Pendlergruppe:

Aufteilung der Kontaktchancen auf die unterschiedlichen Pendlergruppen in absoluten Zahlen (Reisende). Das Total dieser Zahlenreihe entspricht dem Total aller Kontaktchancen pro Monat.

Benutzt wöchentlich die S-Bahn Zürich:

Das Total der %-Reihe ergibt den Wert aller Reisenden, welche die S-Bahn Zürich wöchentlich benutzen. Die Abweichung auf 100% sind Reisende, welche die S-Bahn Zürich weniger als wöchentlich nutzen.

Unterteilung in Pendlergruppen:

Diese Unterteilung erlaubt eine qualitative Beurteilung über die regelmässige Nutzung der gleichen Personen innerhalb der gleichen Woche. Mit diesen Werten kann aufgezeigt werden, dass die ausgewiesenen Kontaktchancen pro Monat von verschiedenen Reisenden erfolgen und nicht nur von denjenigen Personen, welche jeden Tag mit der S-Bahn Zürich pendeln.

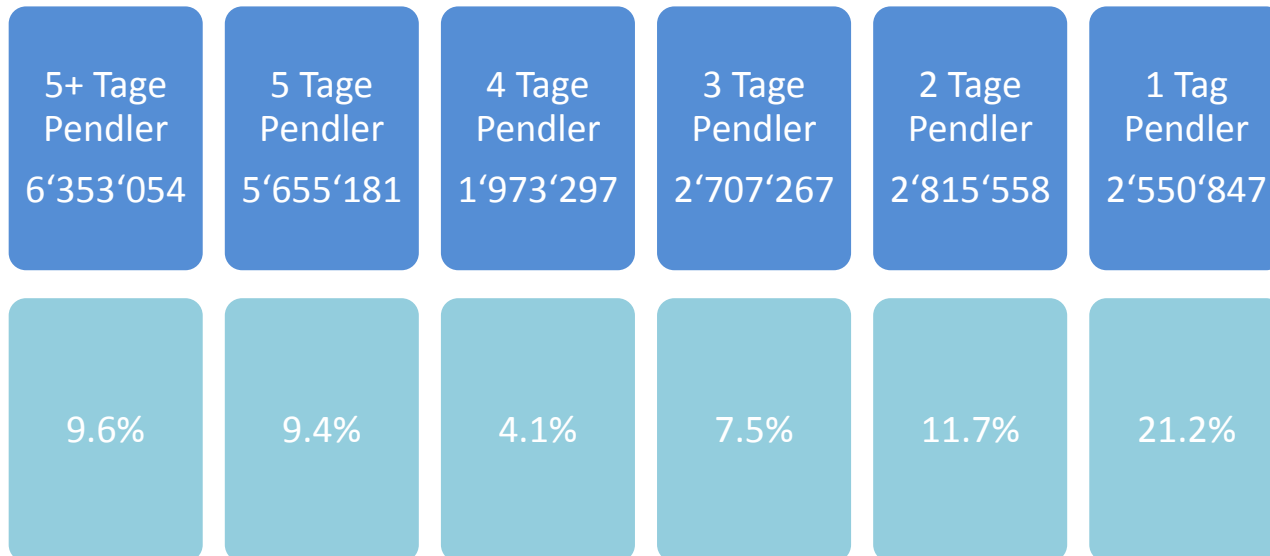
Kontaktchancen S-Bahn Zürich

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

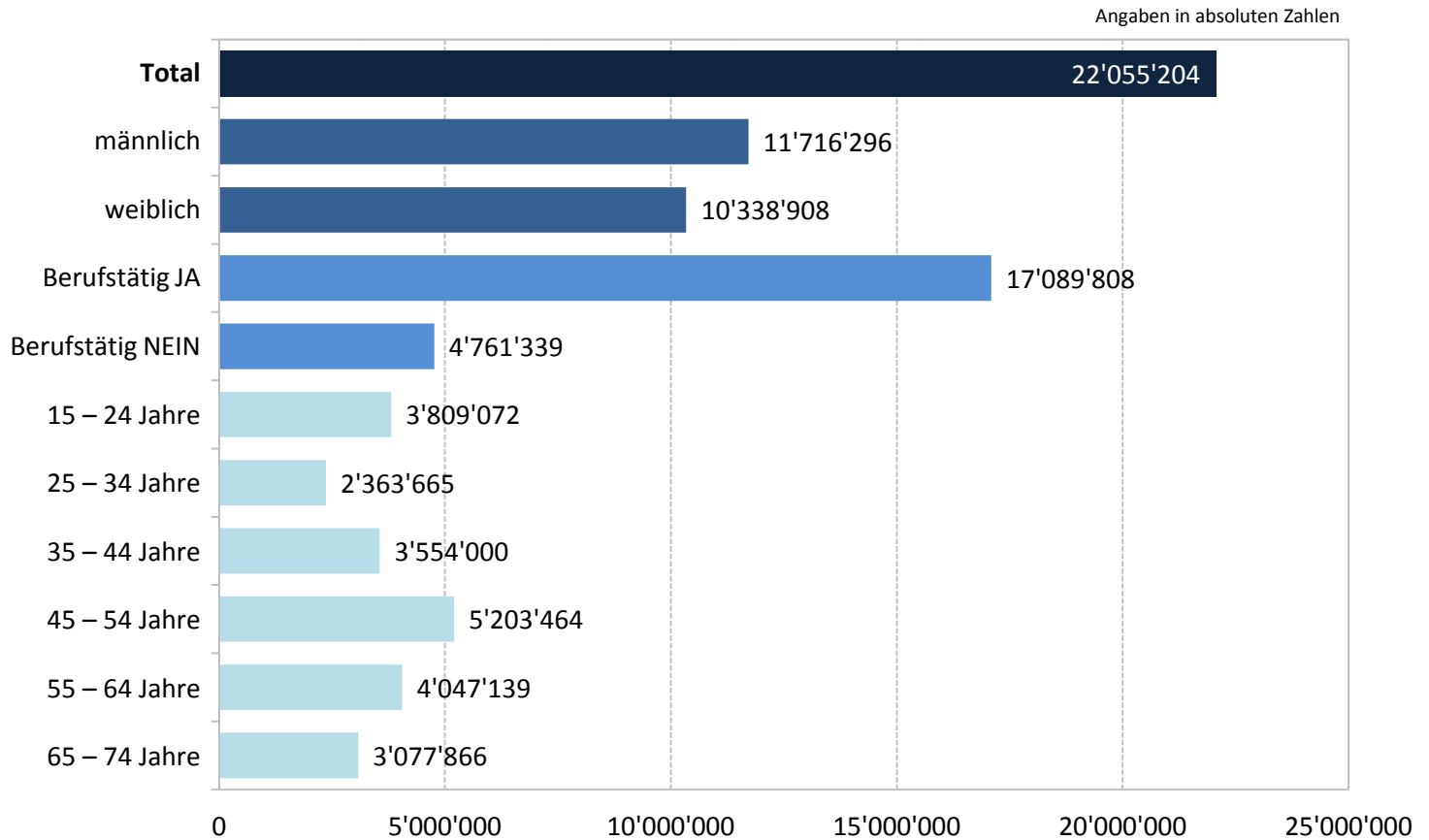
22'055'204

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Zürich

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



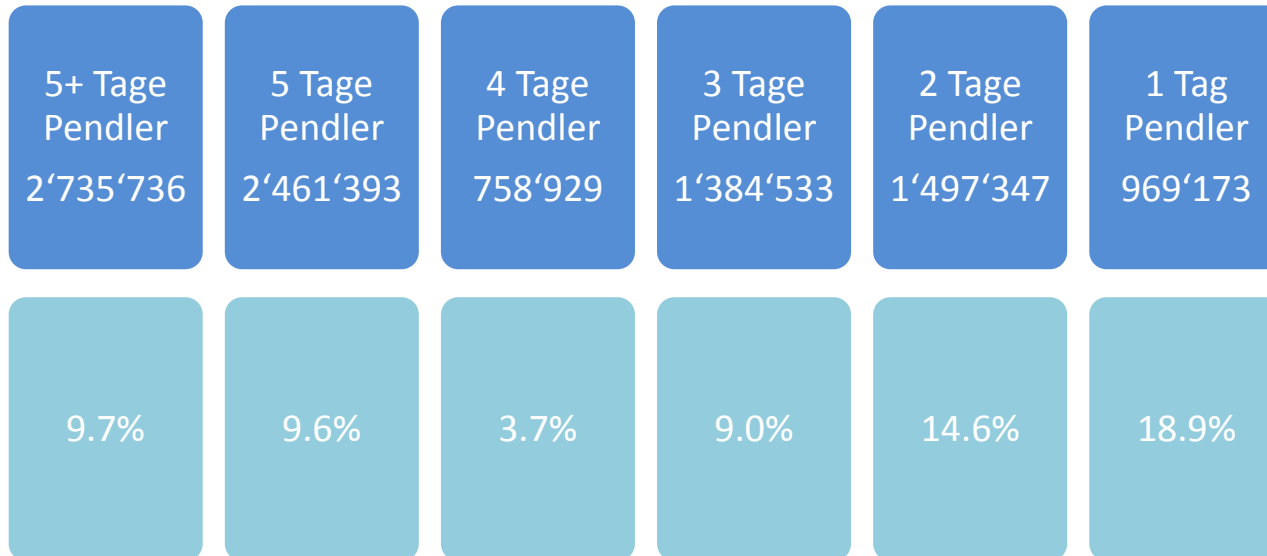
Kontaktchancen S-Bahn Bern BLS

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

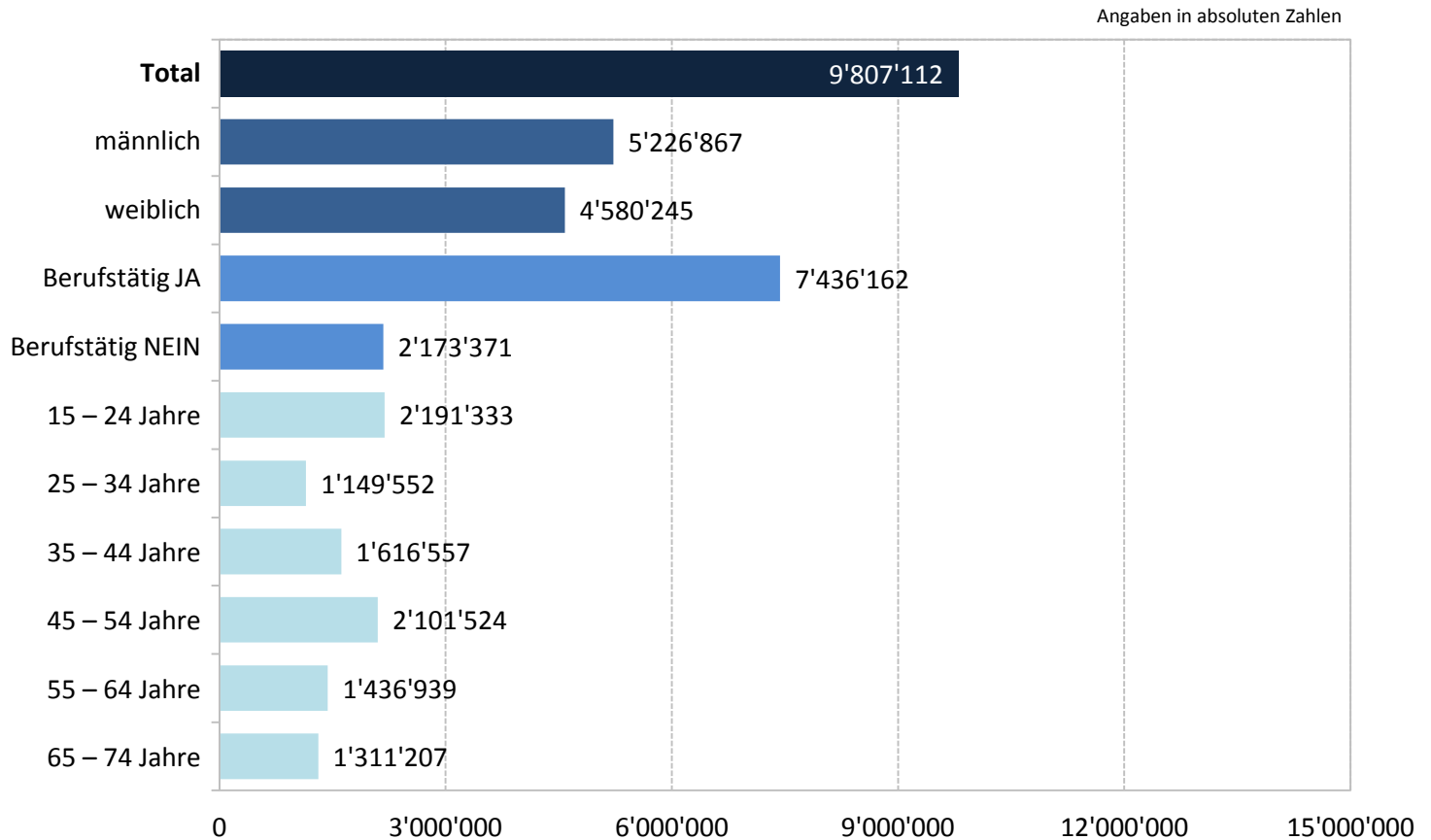
9'807'112

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Bern BLS

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



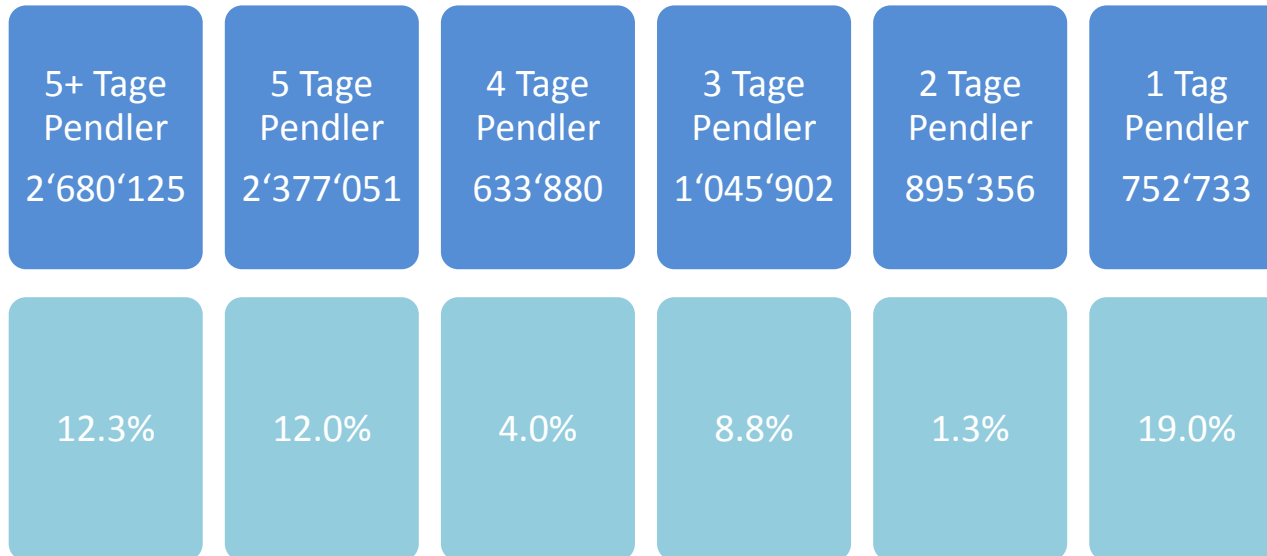
Kontaktchancen S-Bahn Ostschweiz (Turbo)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

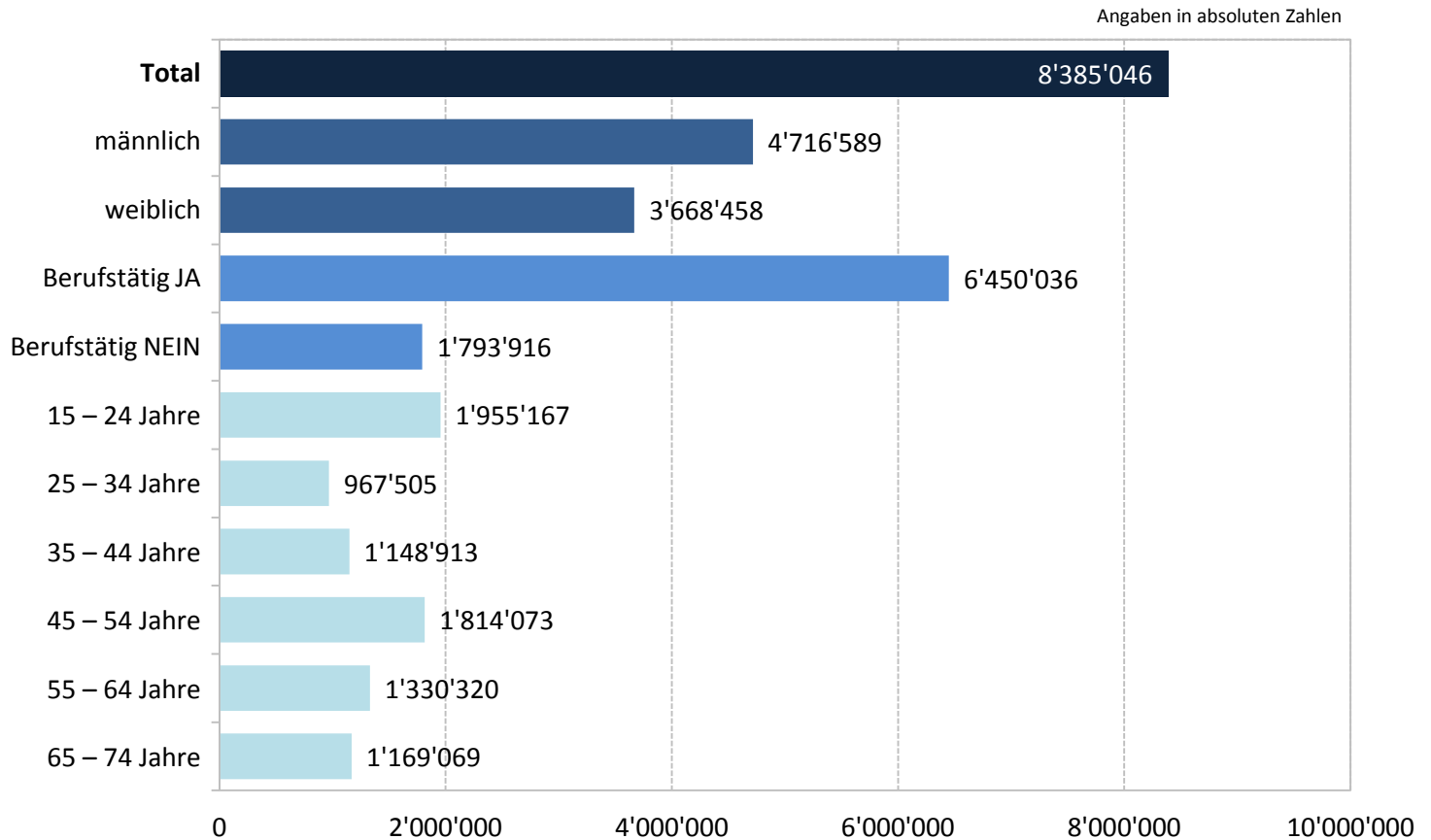
8'385'046

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Ostschweiz (Turbo)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



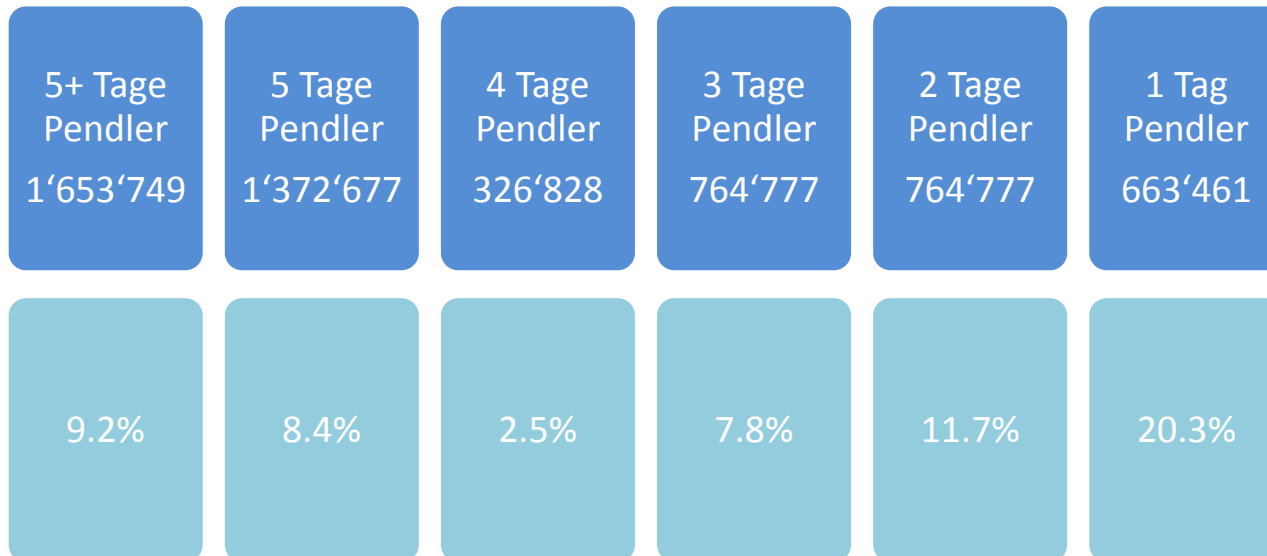
Kontaktchancen S-Bahn Zug / Luzern

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

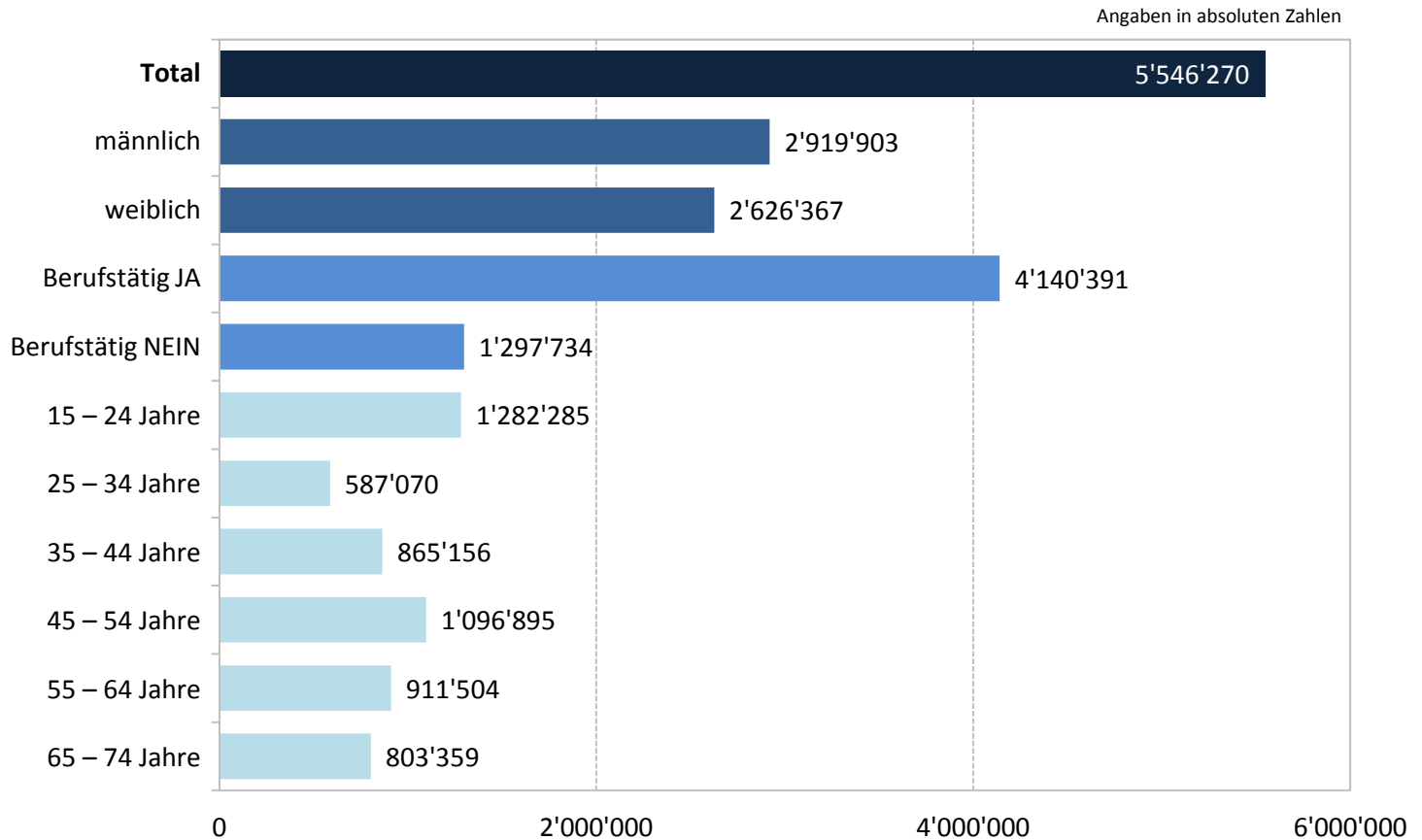
5'546'270

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Zug / Luzern

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



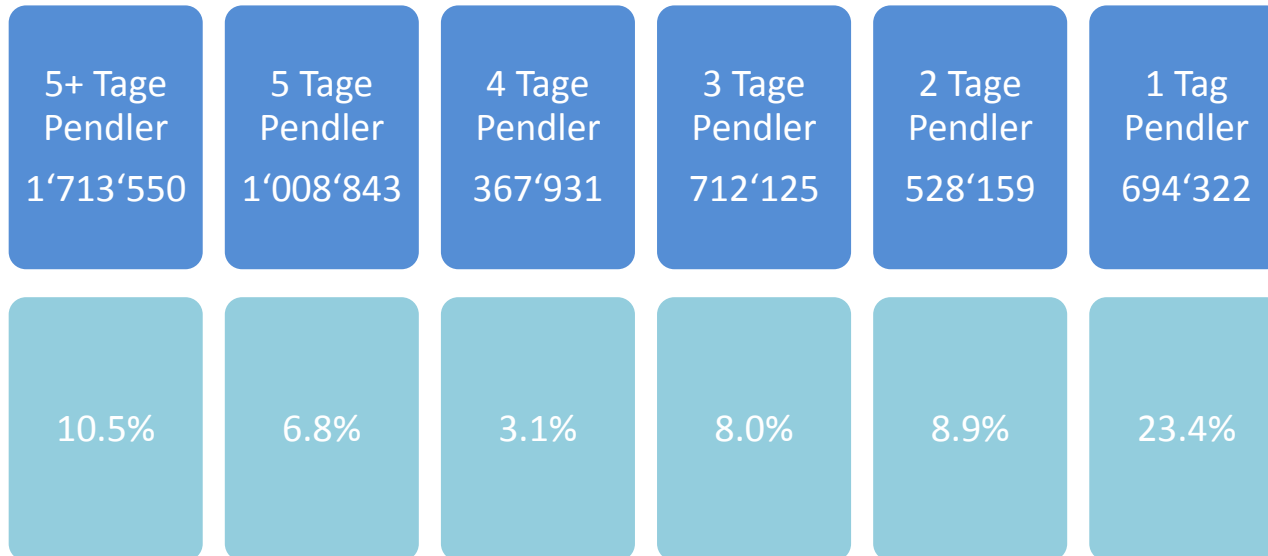
Kontaktchancen S-Bahn Basel

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

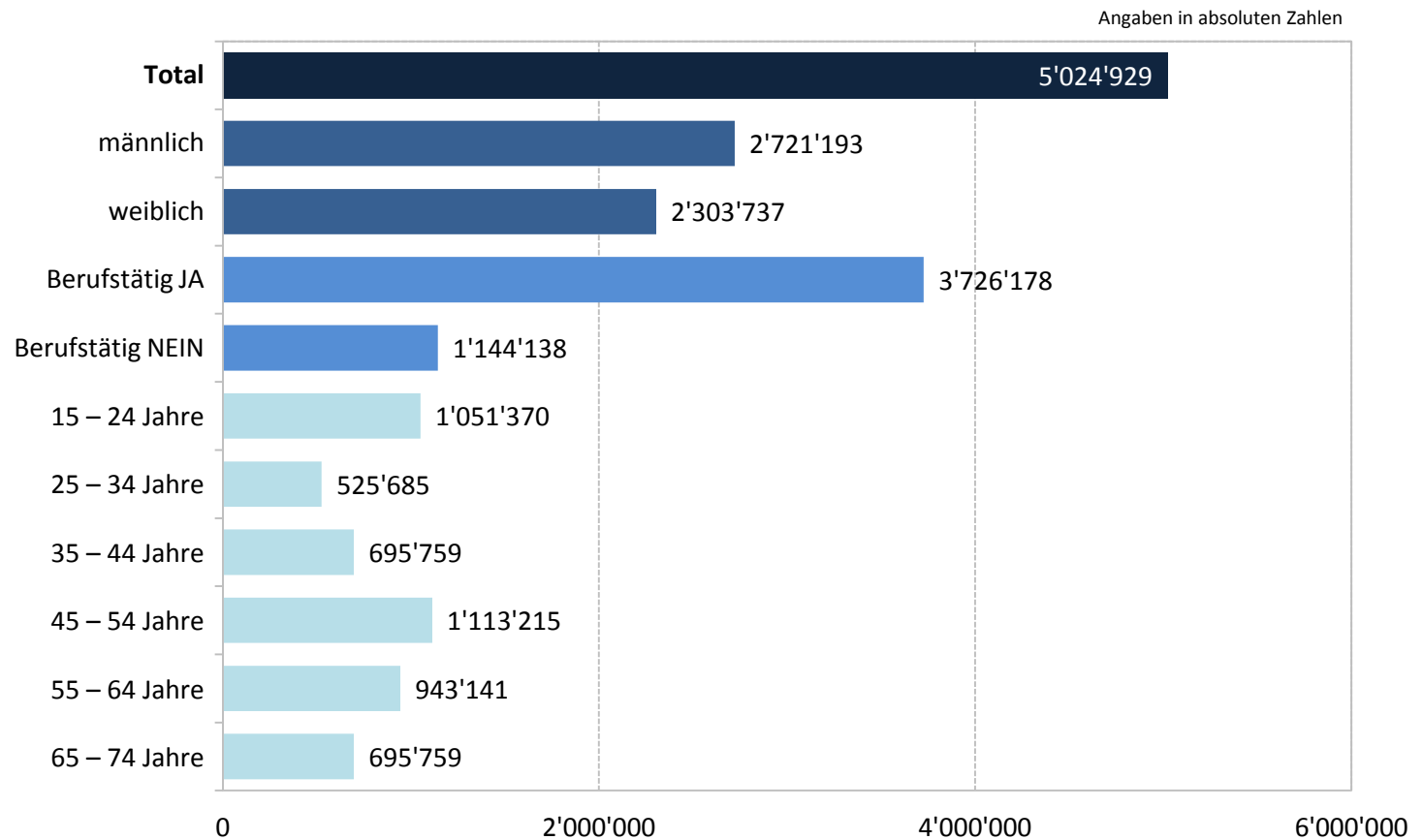
5'024'929

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Basel

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



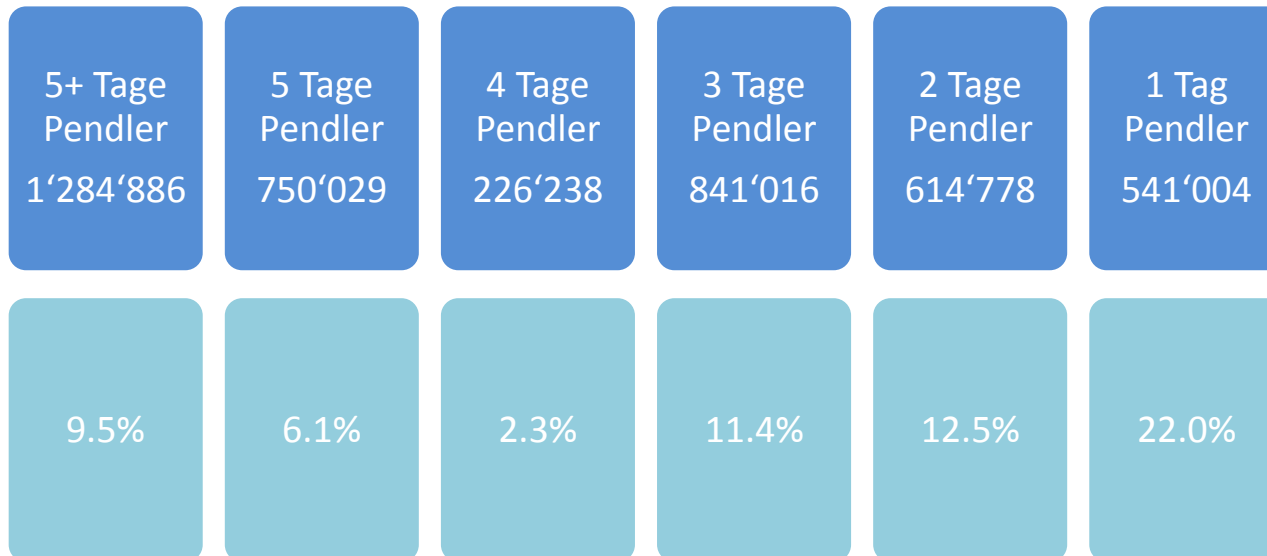
Kontaktchancen S-Bahn Luzern BLS

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

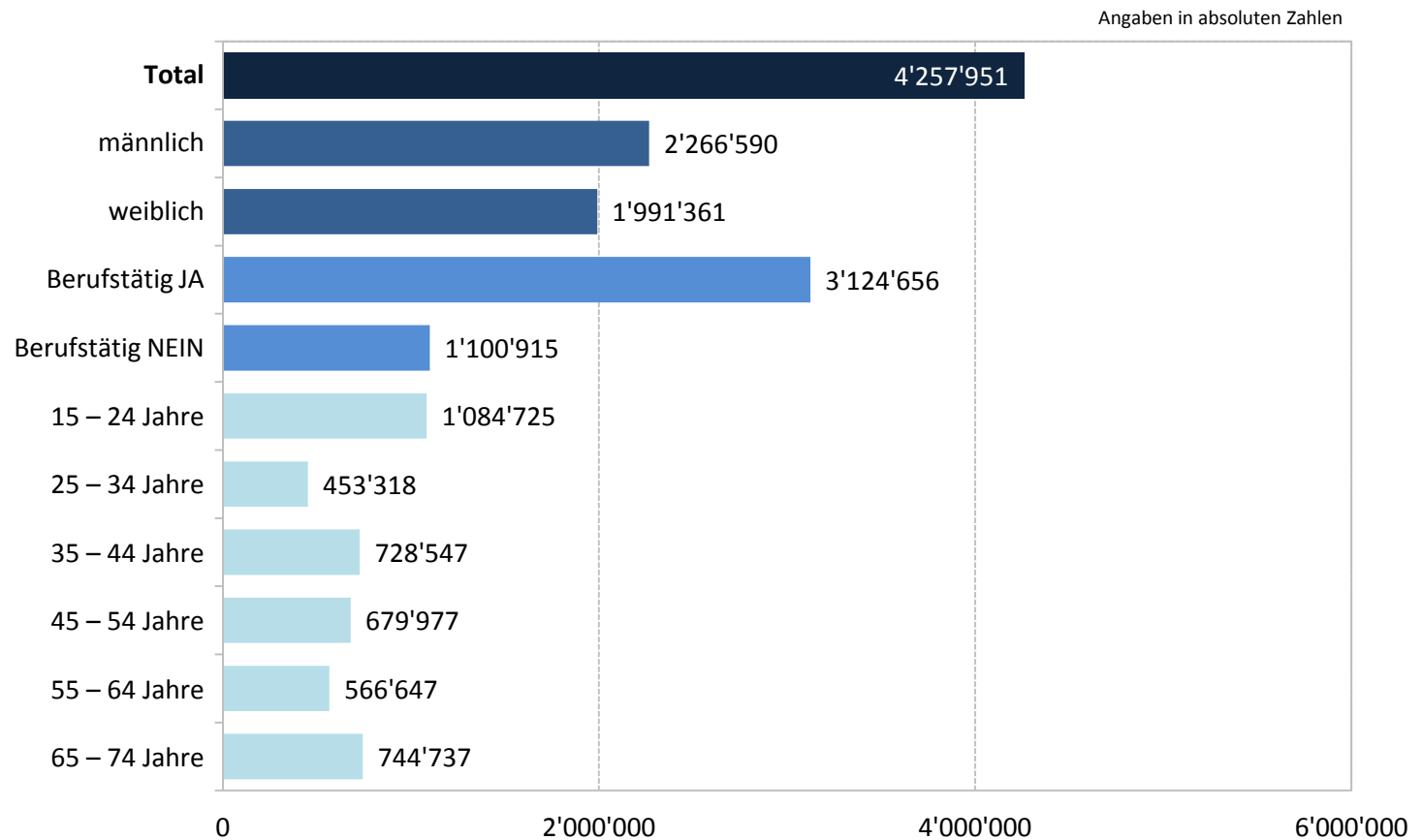
4'257'951

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Luzern BLS

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



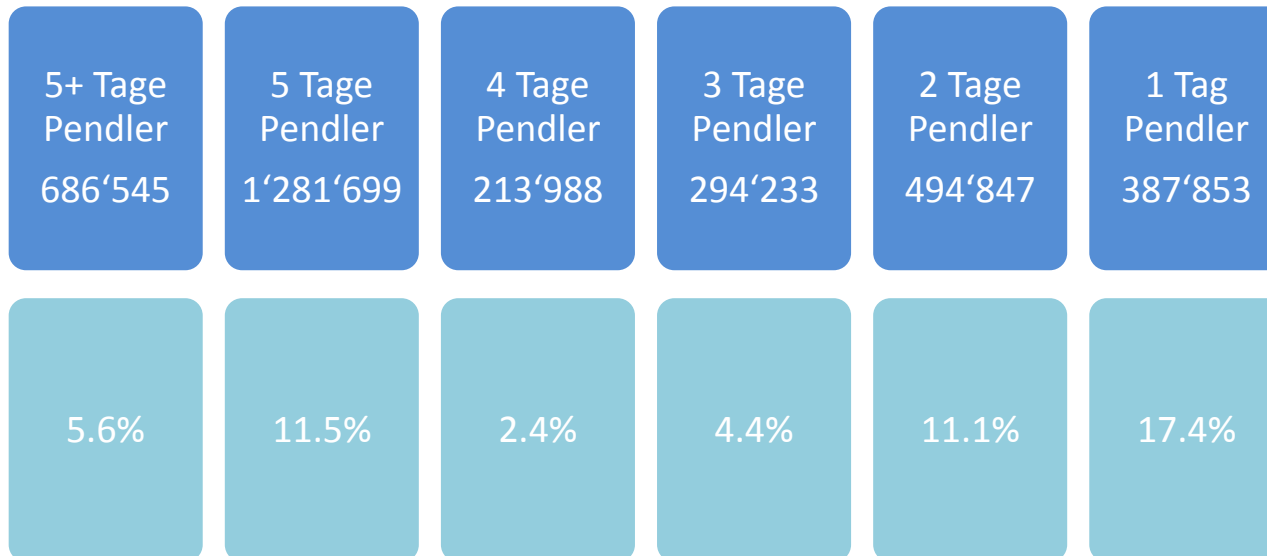
Kontaktchancen S-Bahn Waadt

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

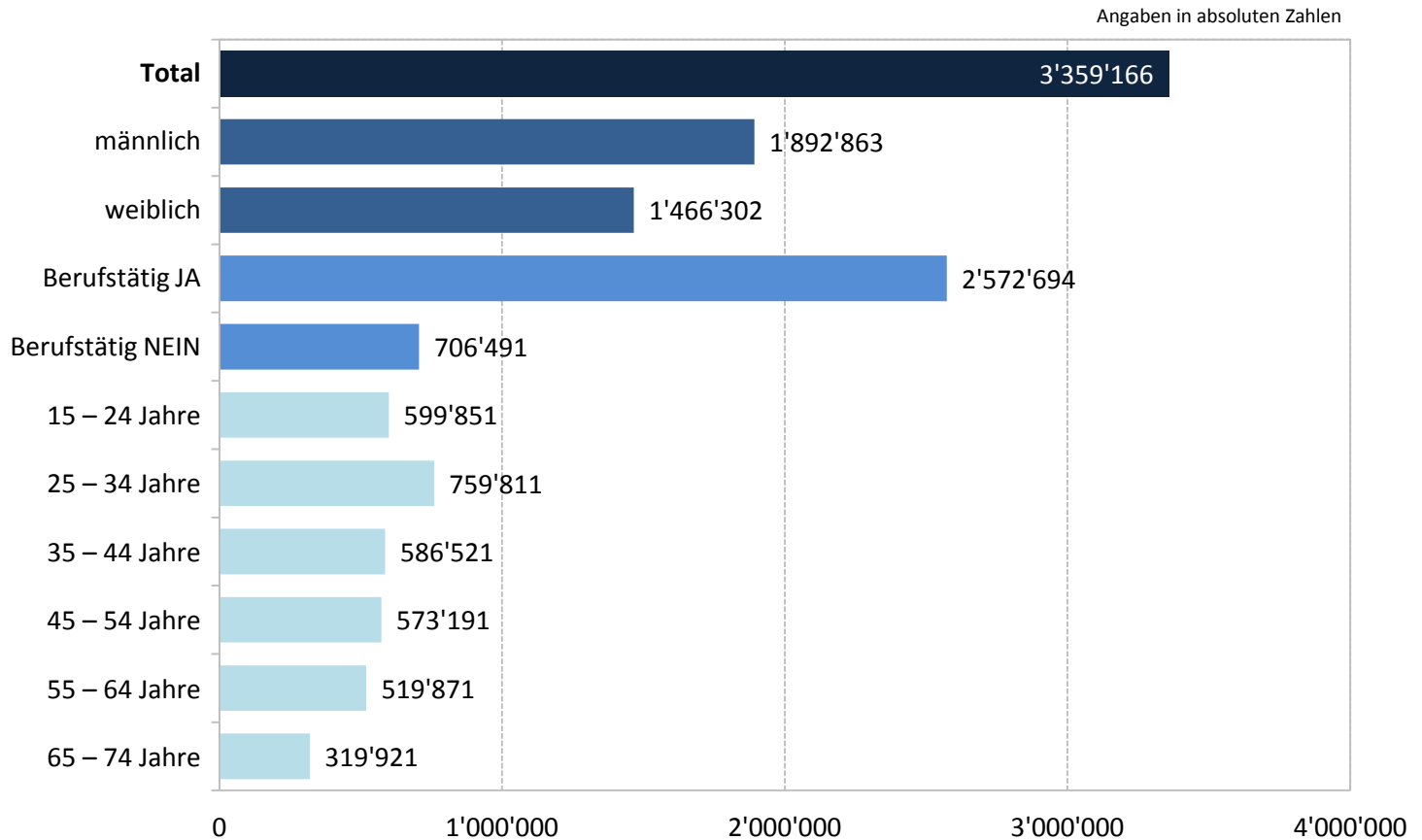
3'359'166

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Waadt

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



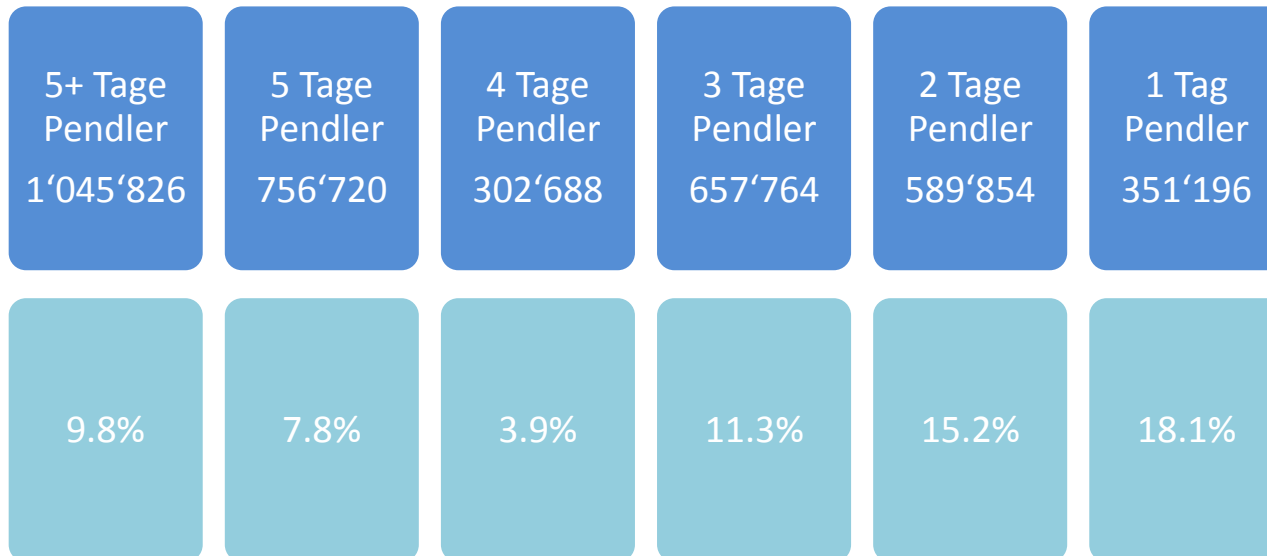
Kontaktchancen S-Bahn Graubünden (RhB)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

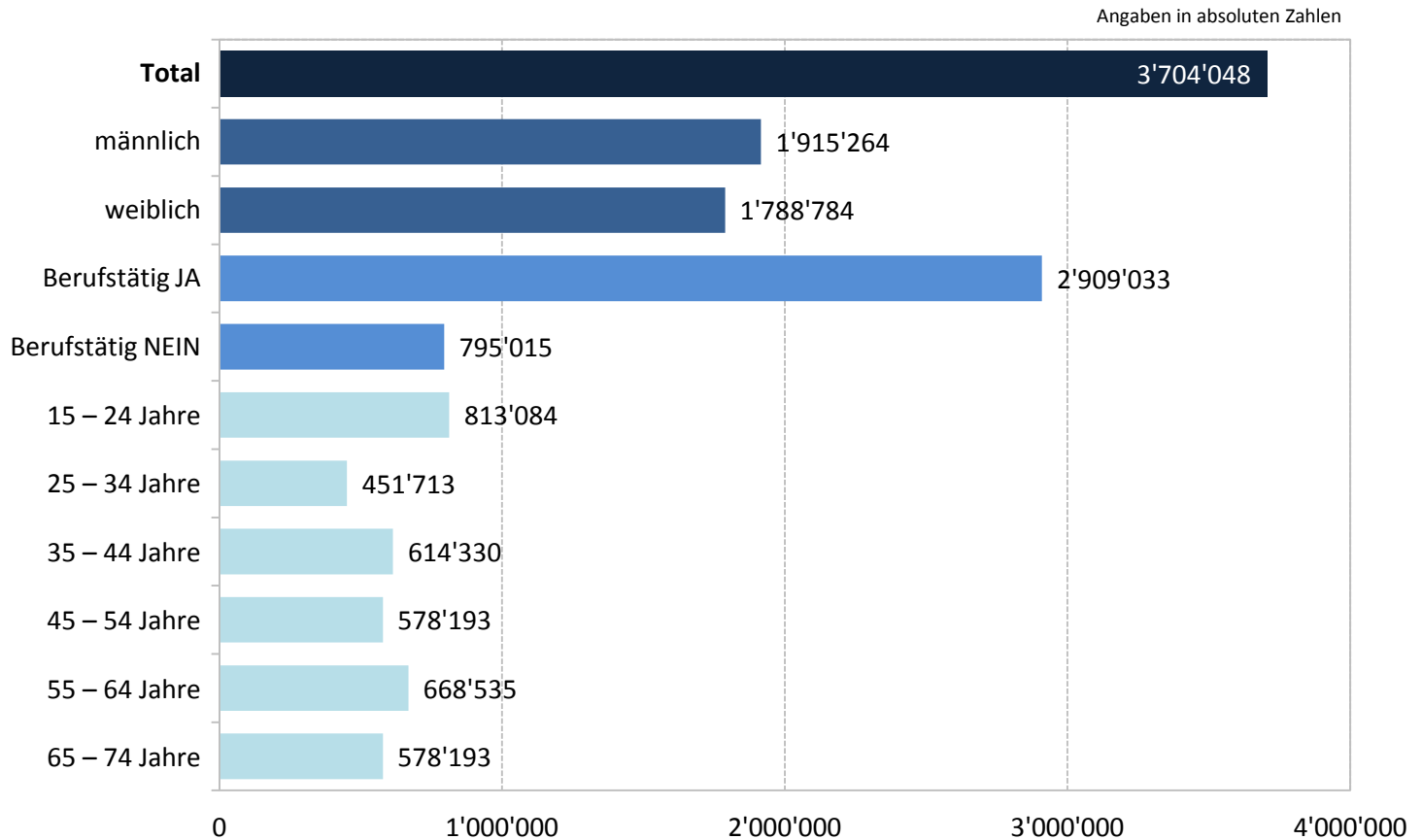
3'704'048

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Graubünden (RhB)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



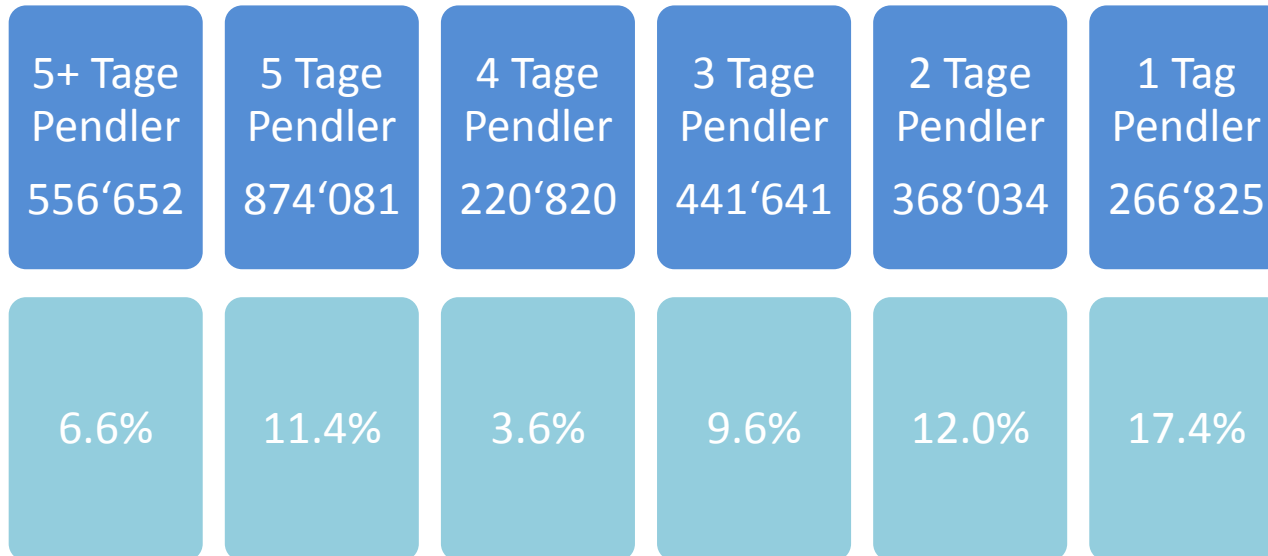
Kontaktchancen S-Bahn Tessin (TILO)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

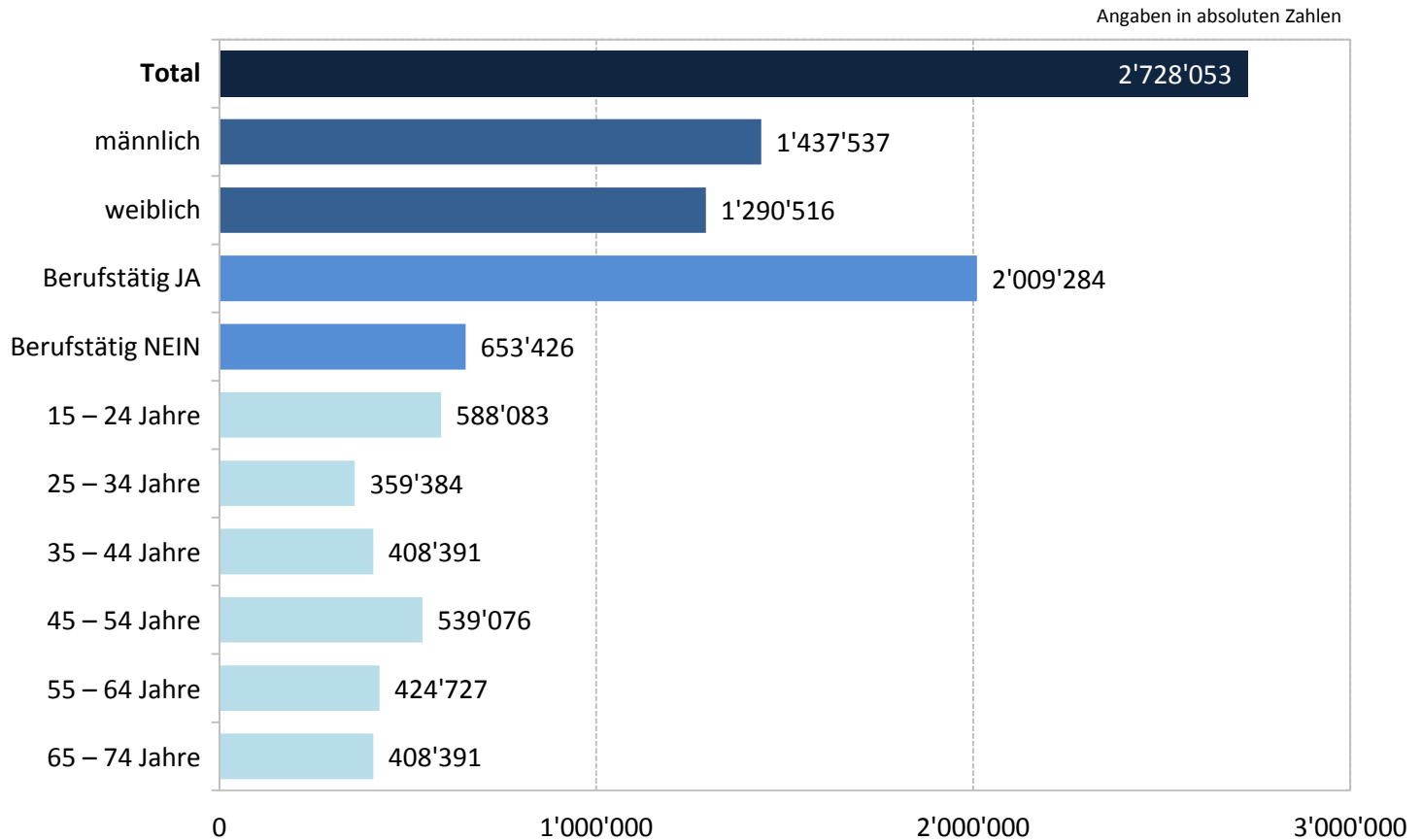
2'728'053

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Tessin (TILO)

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



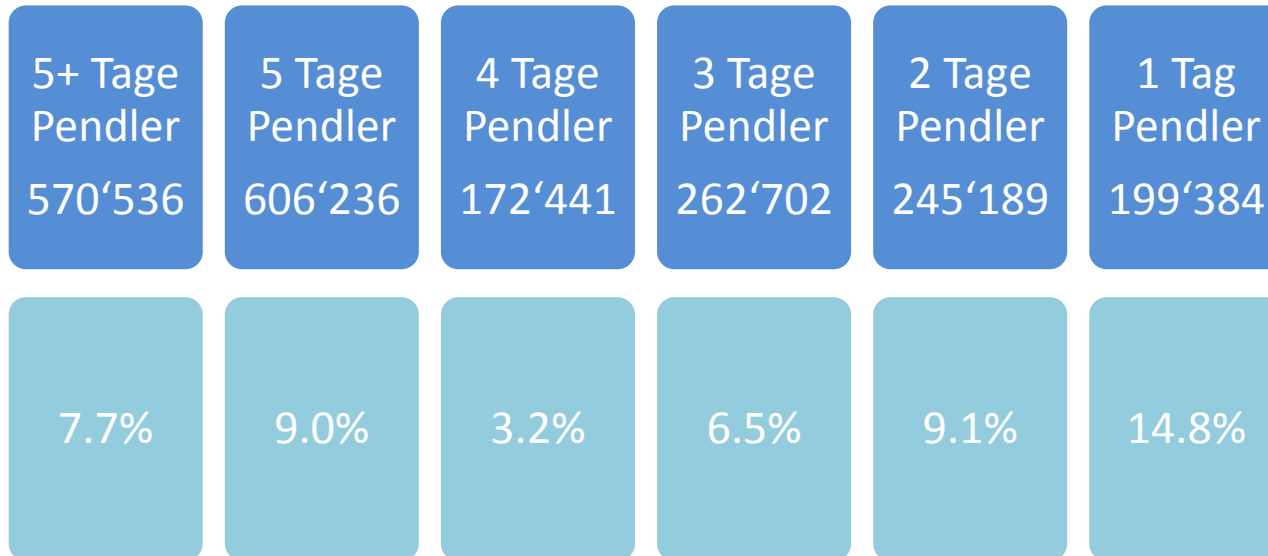
Kontaktchancen S-Bahn Genf

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

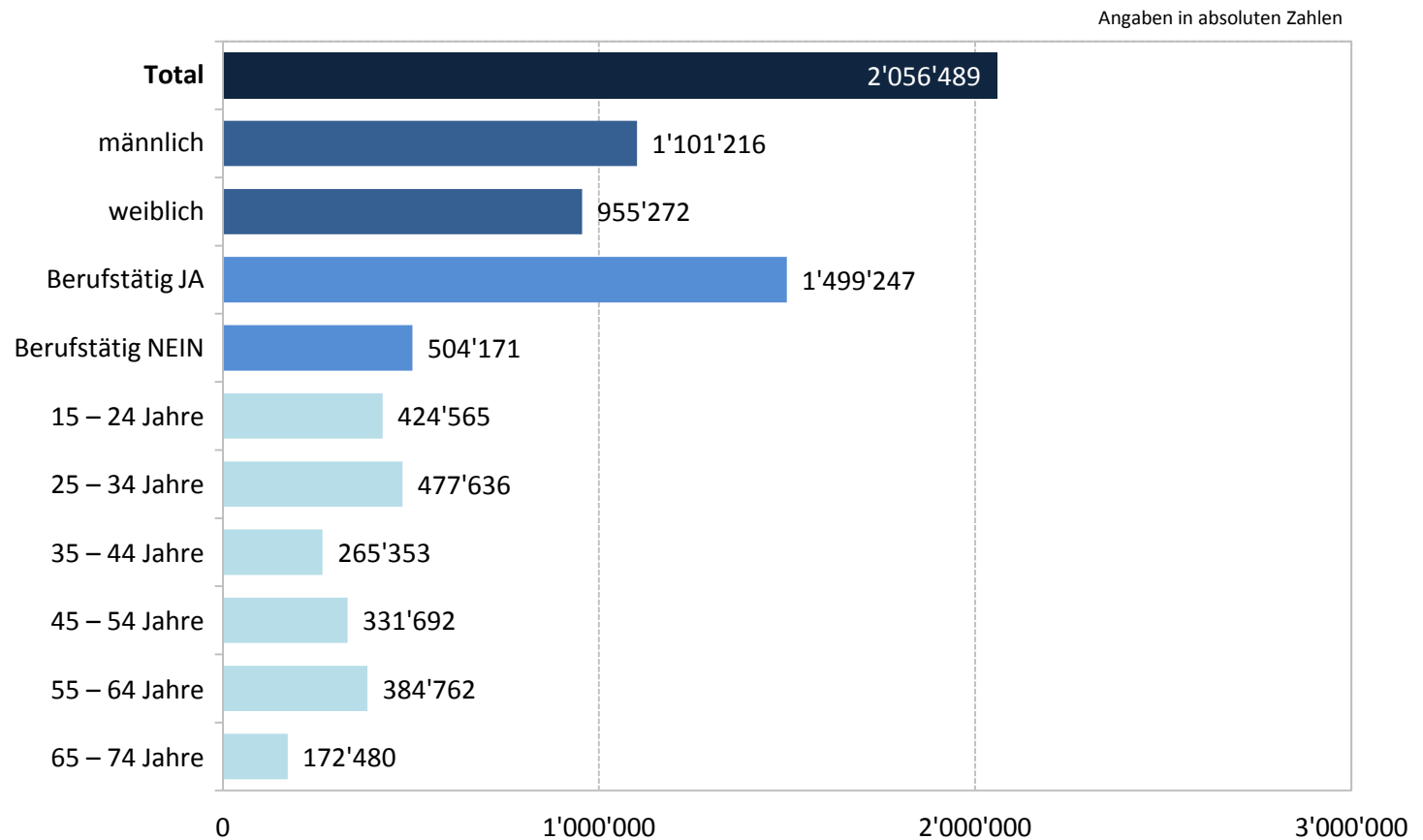
2'056'489

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten S-Bahn Genf

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



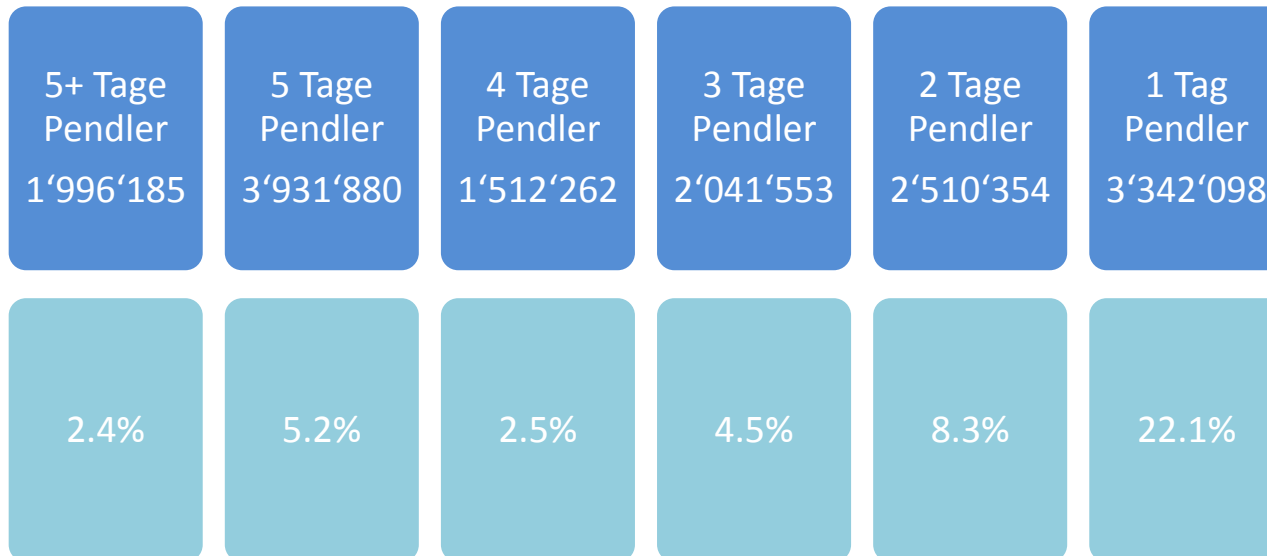
Kontaktchancen Intercity / Interregio

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

Angaben in absoluten Zahlen

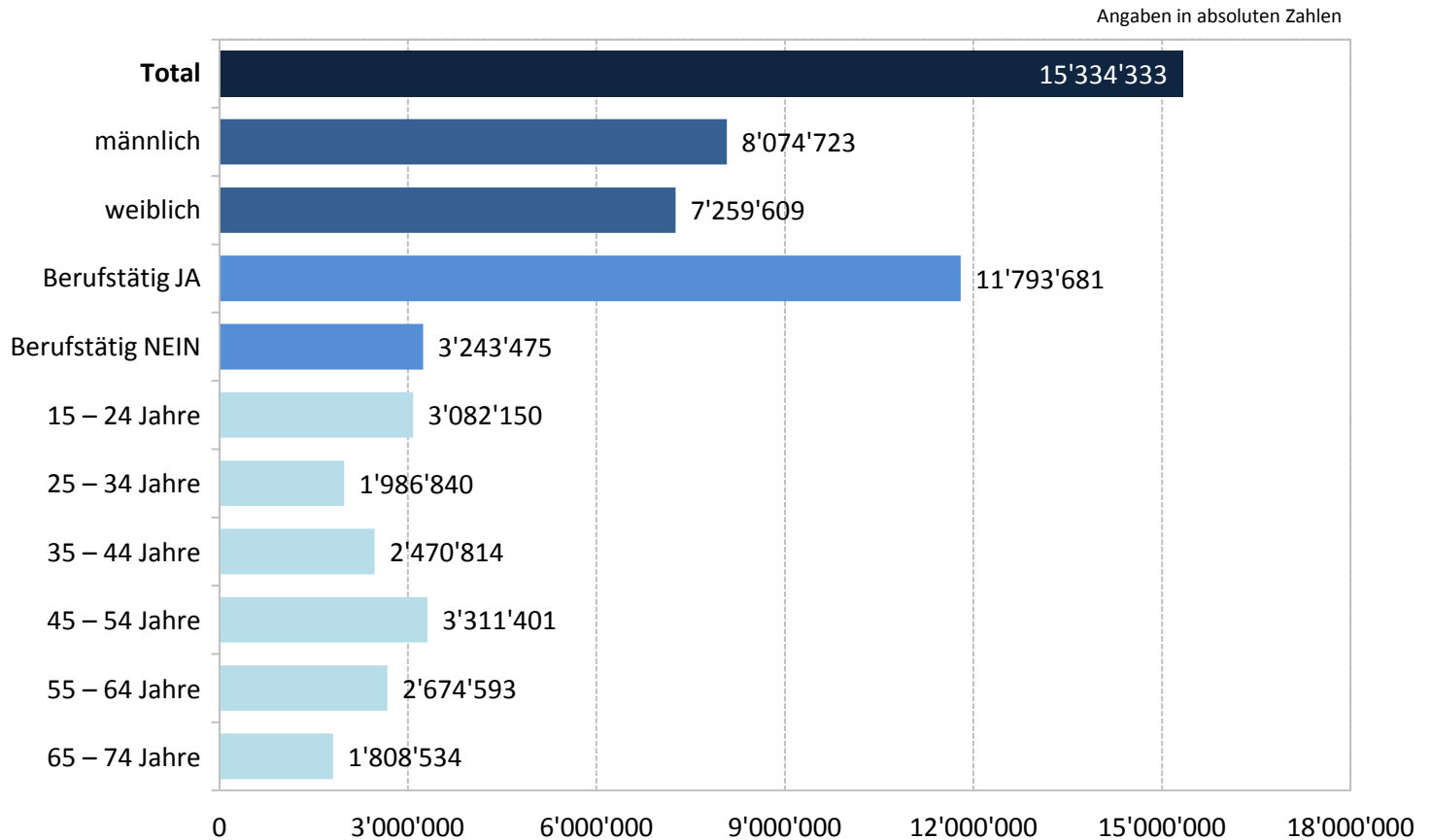
15'334'333

Kontaktchancen pro Monat



Kontaktchancen nach Segmenten Intercity / Interregio

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung



Kontaktchancen im Überblick

Kontaktchancen pro Monat bei 50% - Belegung

© blue eyes marketing gmbh

	Total (in Mio.)	Männer (in Mio.)	Frauen (in Mio.)	Berufstätige (in Mio.)	Nicht Berufstätige (in Mio.)	15 - 24 Jahre (in Mio.)	25 - 34 Jahre (in Mio.)	35 - 44 Jahre (in Mio.)	45 - 54 Jahre (in Mio.)	55 - 64 Jahre (in Mio.)	65 - 74 Jahre (in Mio.)
SBB Fernverkehr (IC / IR)	15.334	8.075	7.260	11.794	3.243	3.082	1.987	2.471	3.311	2.675	1.809
S-Bahn Zürich	22.055	11.716	10.339	17.090	4.761	3.809	2.364	3.554	5.203	4.047	3.078
S-Bahn Bern BLS	9.807	5.227	4.580	7.436	2.173	2.191	1.150	1.617	2.102	1.437	1.311
S-Bahn Ostschweiz (Turbo)	8.385	4.717	3.668	6.450	1.794	1.955	0.968	1.149	1.814	1.330	1.169
S-Bahn Zug / Luzern	5.546	2.920	2.626	4.140	1.298	1.282	0.587	0.865	1.097	0.912	0.803
S-Bahn Basel	5.025	2.721	2.304	3.726	1.144	1.051	0.526	0.696	1.113	0.943	0.696
S-Bahn Luzern BLS	4.258	2.267	1.991	3.125	1.101	1.085	0.453	0.729	0.680	0.567	0.745
S-Bahn Waadt	3.360	1.893	1.467	2.573	0.706	0.599	0.760	0.587	0.573	0.520	0.320
S-Bahn Graubünden (RhB)	3.704	1.915	1.789	2.909	0.795	0.813	0.452	0.614	0.578	0.669	0.578
S-Bahn Tessin (TILO)	2.728	1.438	1.291	2.009	0.653	0.588	0.359	0.408	0.539	0.425	0.408
S-Bahn Genf	2.056	1.101	0.955	1.499	0.504	0.425	0.478	0.265	0.332	0.385	0.172

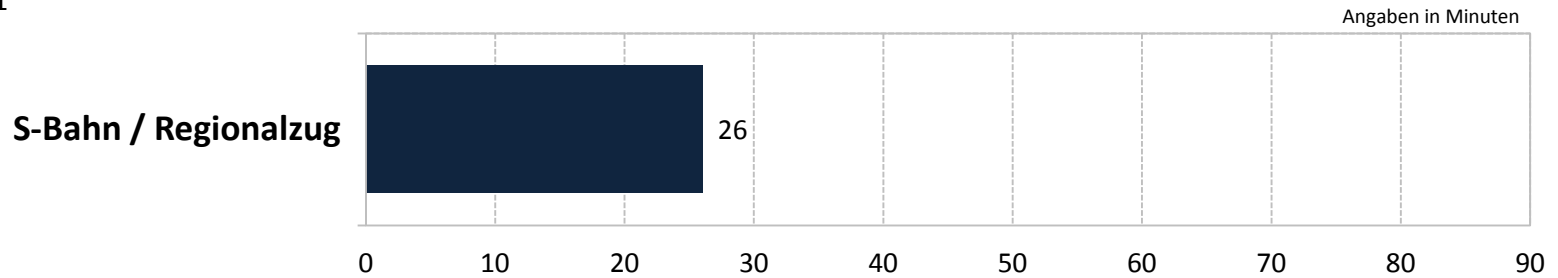
Reiseverhalten

Aufenthaltszeit

Wie lange halten Sie sich durchschnittlich pro Weg in einem Zug auf?

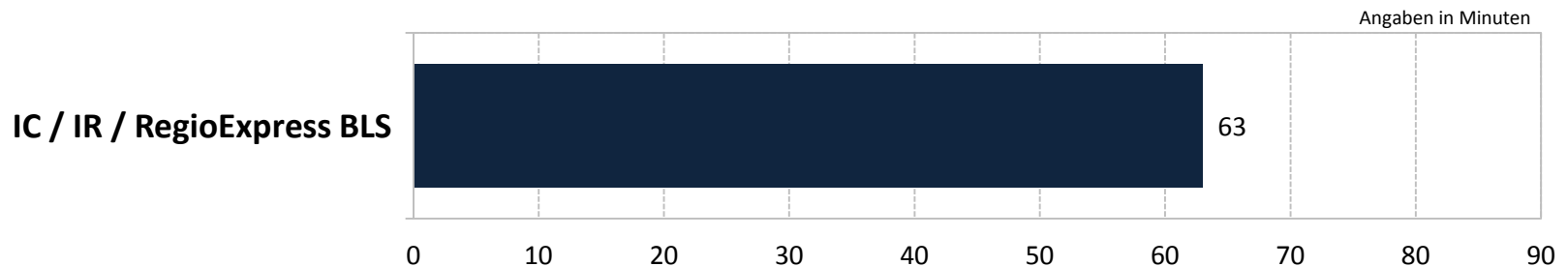
Filter: Mindestens 1-2mal pro Jahr S-Bahn / Regionalzug benutzt

N=3811



Filter: Mindestens 1-2mal pro Jahr Intercity / Interregio / RegioExpress BLS benutzt

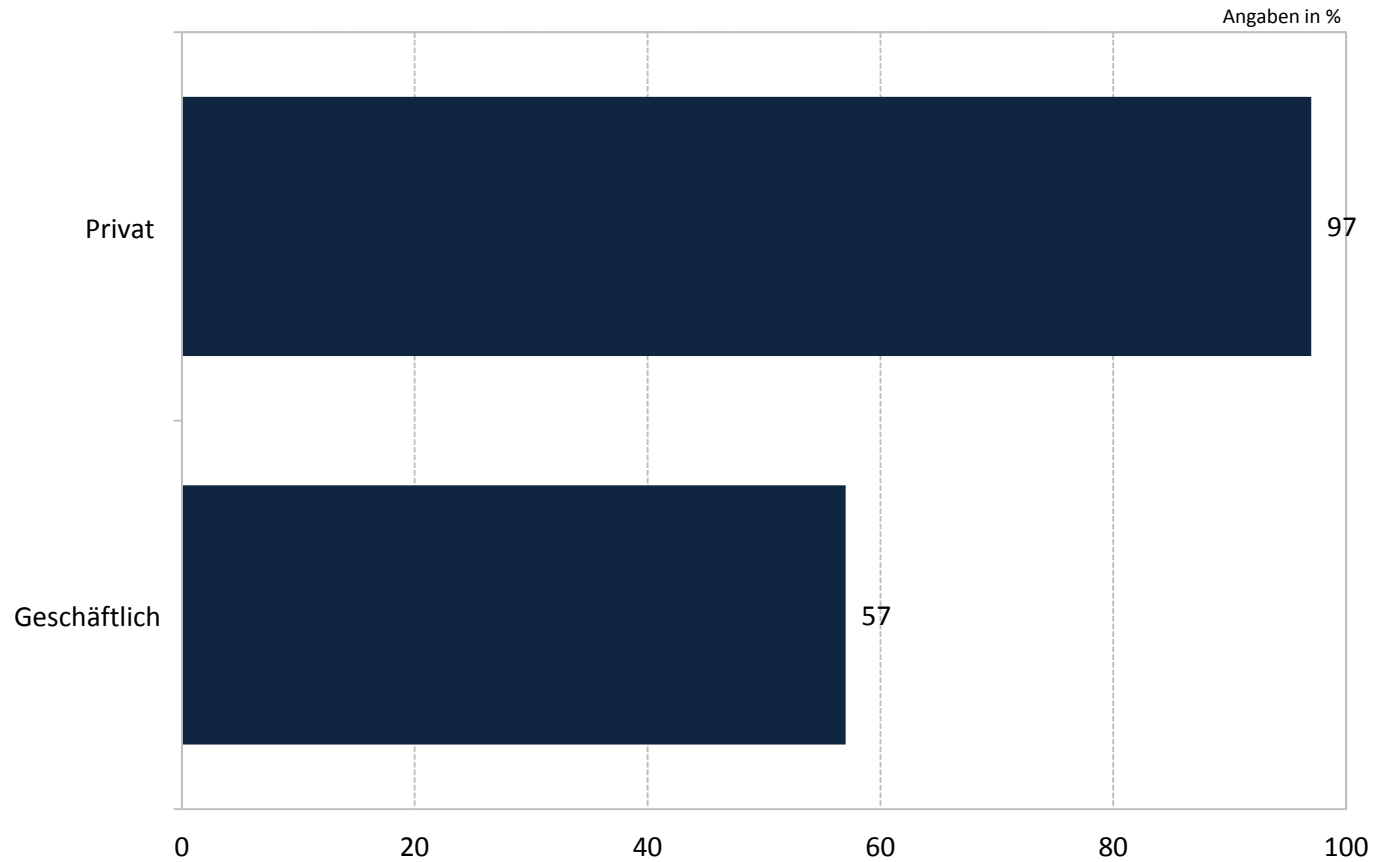
N=3831



Zweck

Wie häufig reisen Sie zu welchem Zweck mit der SBB (unabhängig ob S-Bahn oder Interregio)?

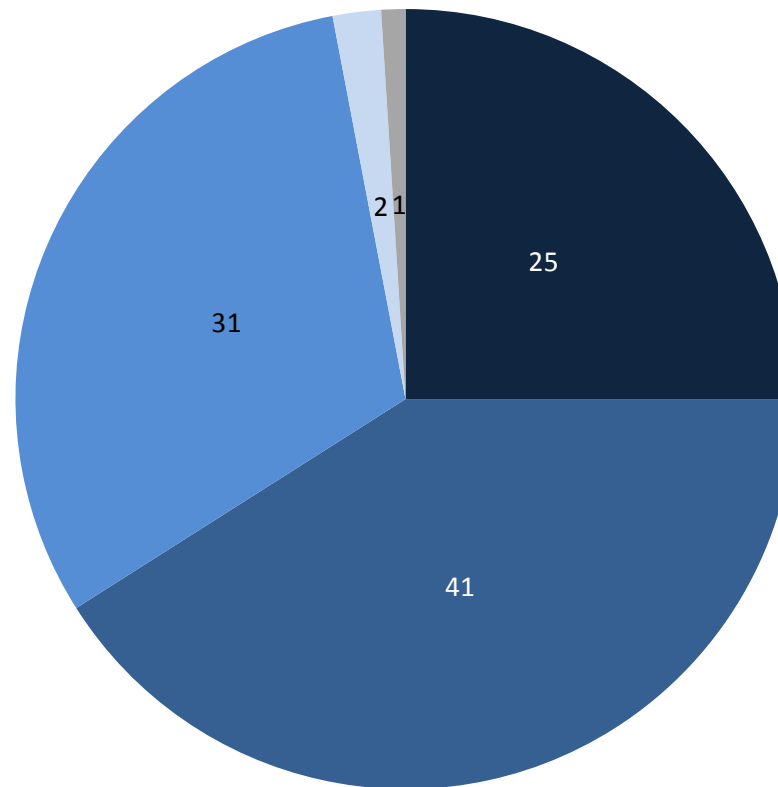
Nutzer in %



Wie häufig reisen Sie zu welchem Zweck mit der SBB (unabhängig ob S-Bahn oder Interregio)?

Privat

Angaben in %

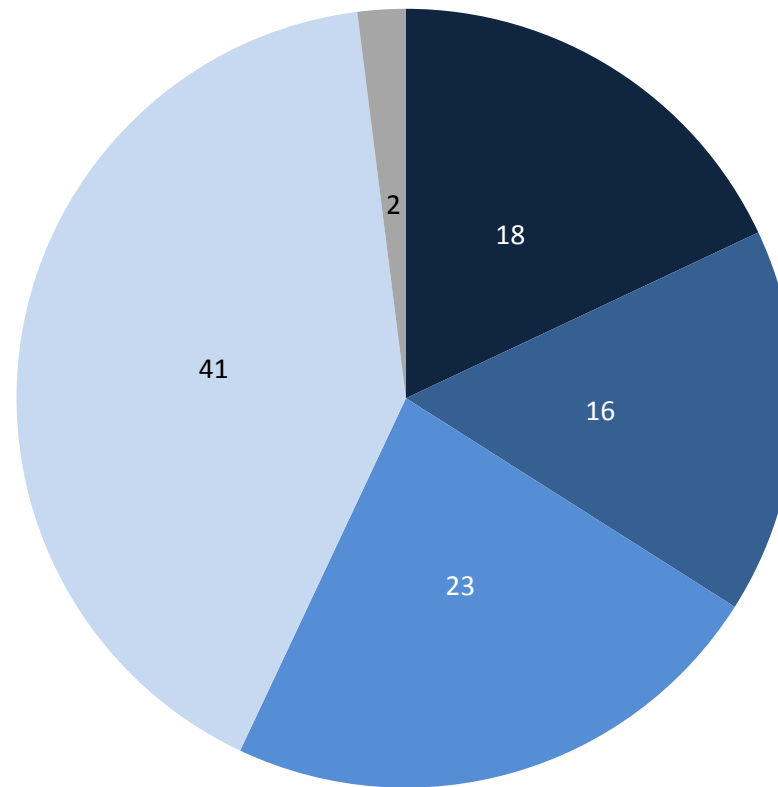


■ häufig (4) ■ ab und zu (3) ■ selten (2) ■ nie (1) ■ kA

Wie häufig reisen Sie zu welchem Zweck mit der SBB (unabhängig ob S-Bahn oder Interregio)?

Geschäftlich

Angaben in %

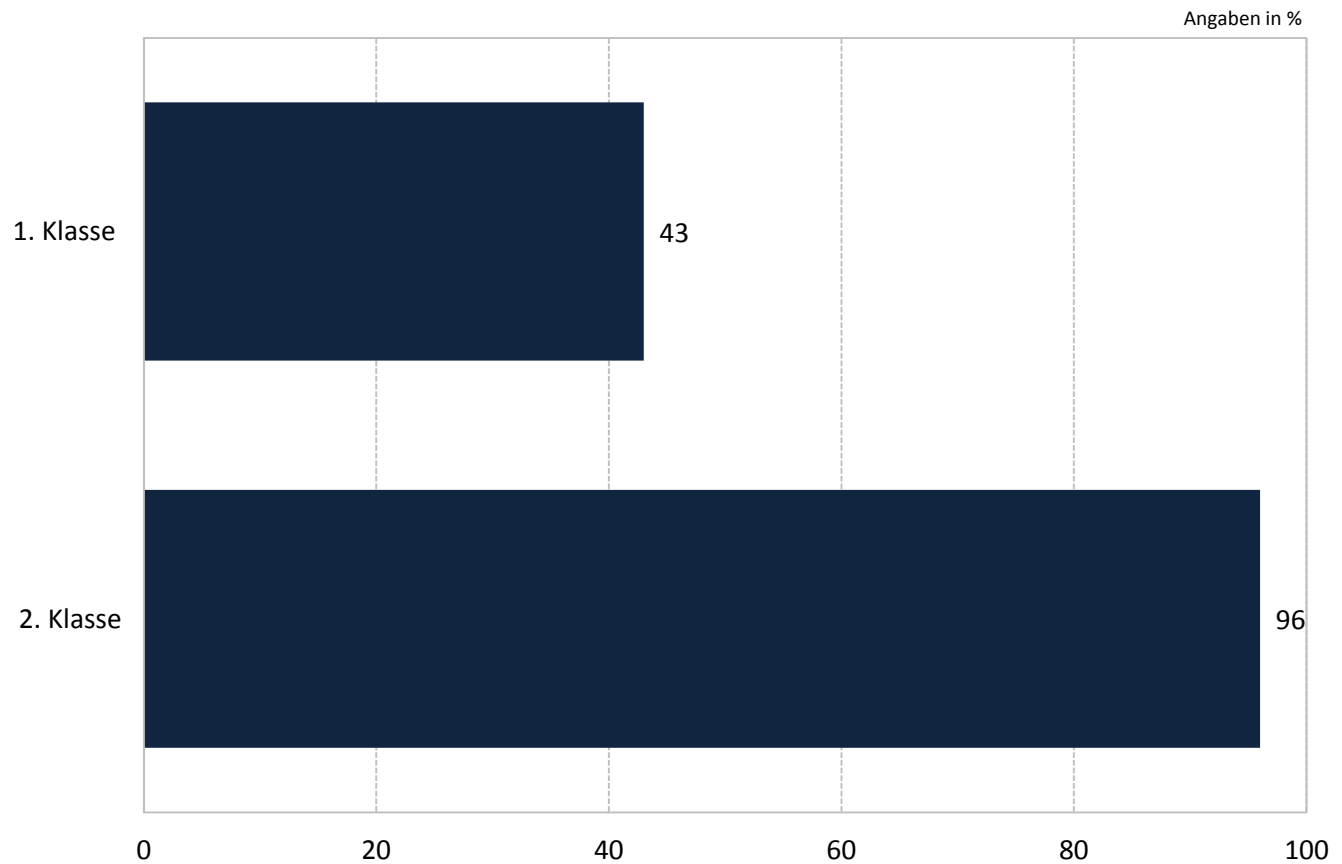


■ häufig (4) ■ ab und zu (3) ■ selten (2) ■ nie (1) ■ kA

Klasse

Wie häufig fahren Sie 1. oder 2. Klasse?

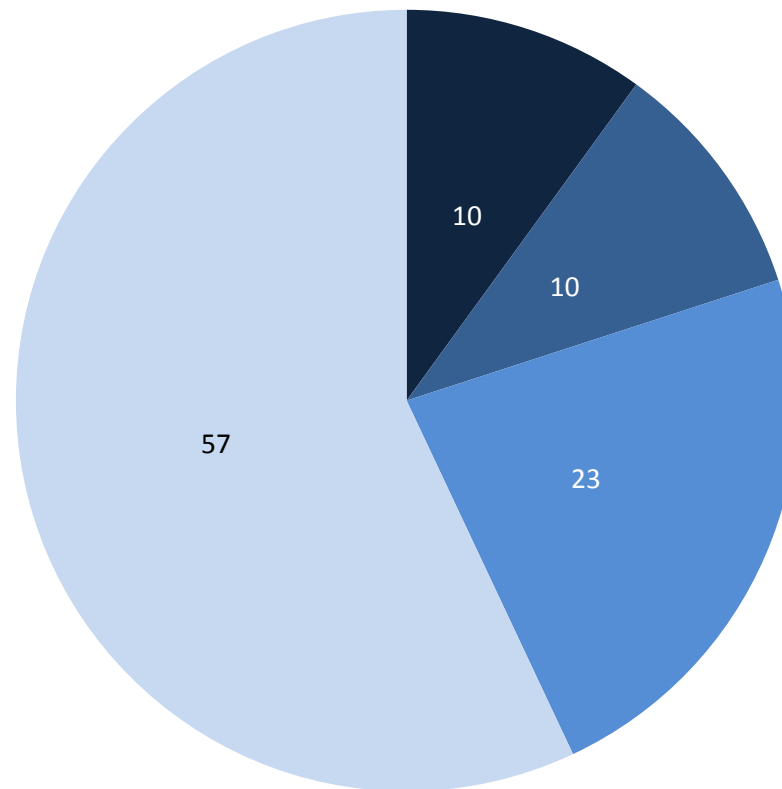
Nutzer in %



Wie häufig fahren Sie 1. oder 2. Klasse?

1. Klasse

Angaben in %

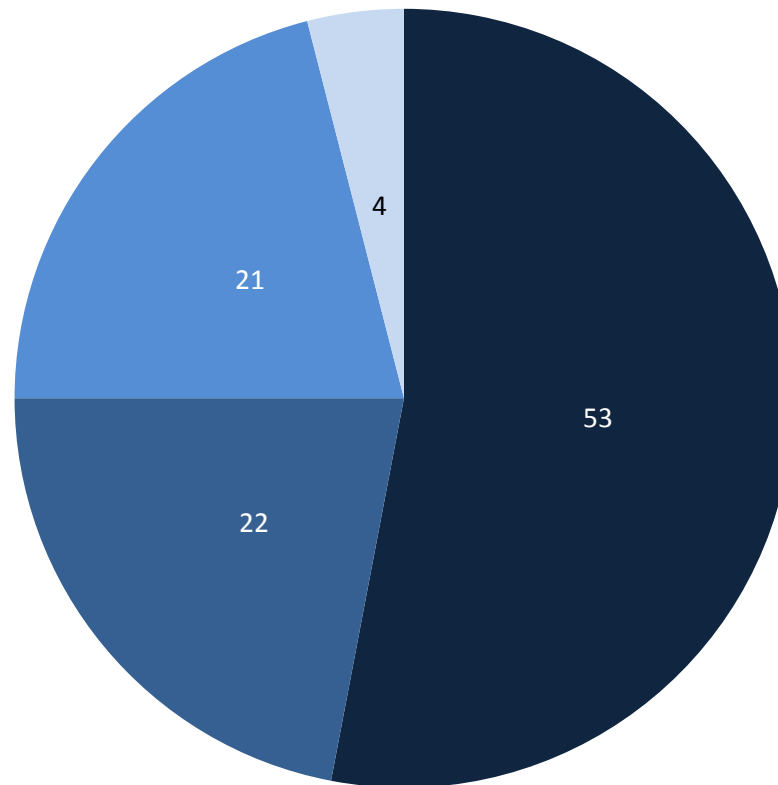


■ häufig (4) ■ ab und zu (3) ■ selten (2) ■ nie (1) ■ kA

Wie häufig fahren Sie 1. oder 2. Klasse?

2. Klasse

Angaben in %

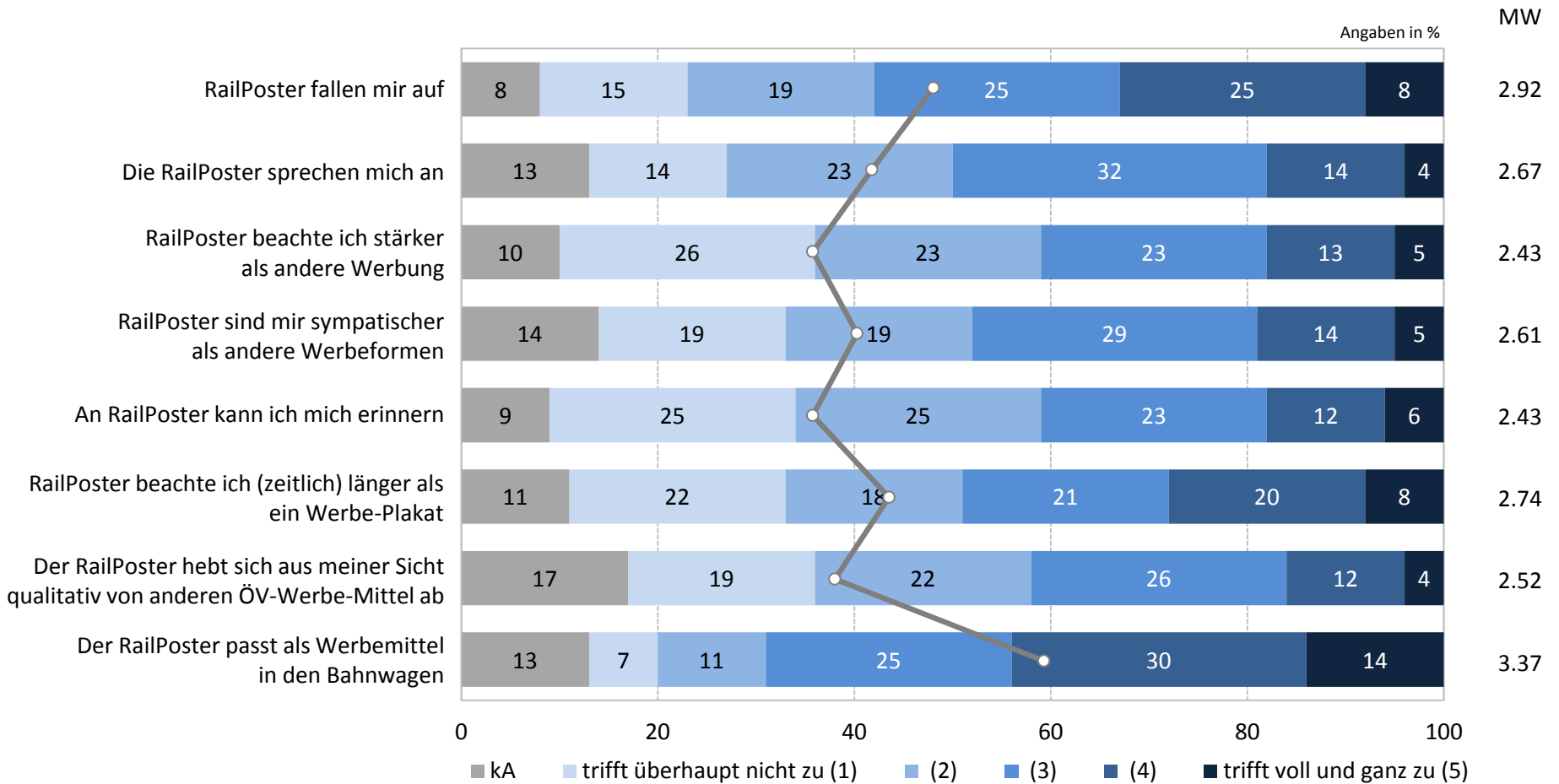


■ häufig (4) ■ ab und zu (3) ■ selten (2) ■ nie (1) ■ kA

RailPoster

RailPoster

Wie sehr treffen die nachstehenden Aussagen für Sie persönlich auf diese RailPoster zu?



RailPoster

Wie sehr treffen die nachstehenden Aussagen für Sie persönlich auf diese RailPoster zu?

	Alle (N=4003)	Reg. S-Bahn (N=2348)	Reg. IC/IR (N=1806)
RailPoster fallen mir auf	2.92	2.99	2.95
Die RailPoster sprechen mich an	2.67	2.71	2.69
RailPoster beachte ich stärker als andere Werbung	2.43	2.46	2.44
RailPoster sind mir sympathischer als andere Werbeformen	2.61	2.65	2.64
An RailPoster kann ich mich erinnern	2.43	2.54	2.52
RailPoster beachte ich (zeitlich) länger als ein Werbe-Plakat	2.74	2.78	2.76
Der RailPoster hebt sich aus meiner Sicht qualitativ von anderen ÖV-Werbe-Mittel ab	2.52	2.54	2.52
Der RailPoster passt als Werbemittel in den Bahnwagen	3.37	3.43	3.41

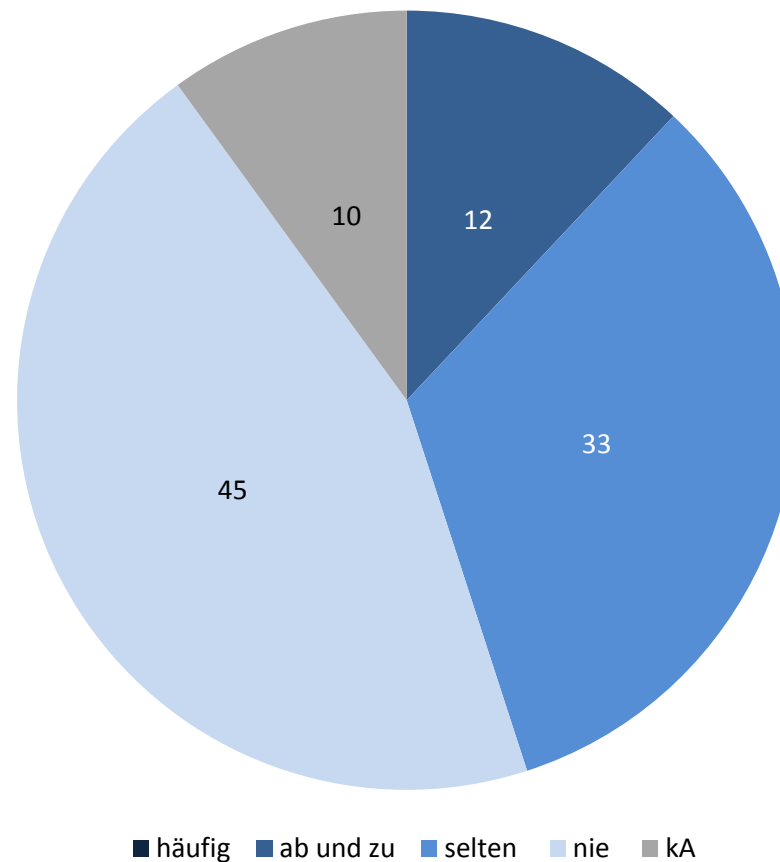
**Legende (Angaben in
Mittelwerten)**

trifft überhaupt nicht zu (1) –
trifft voll und ganz zu (5)

Dienstleistung RailPoster

Wie oft haben Sie sich schon aufgrund eines RailPosters für ein Produkt oder eine Dienstleistung interessiert?

Angaben in %

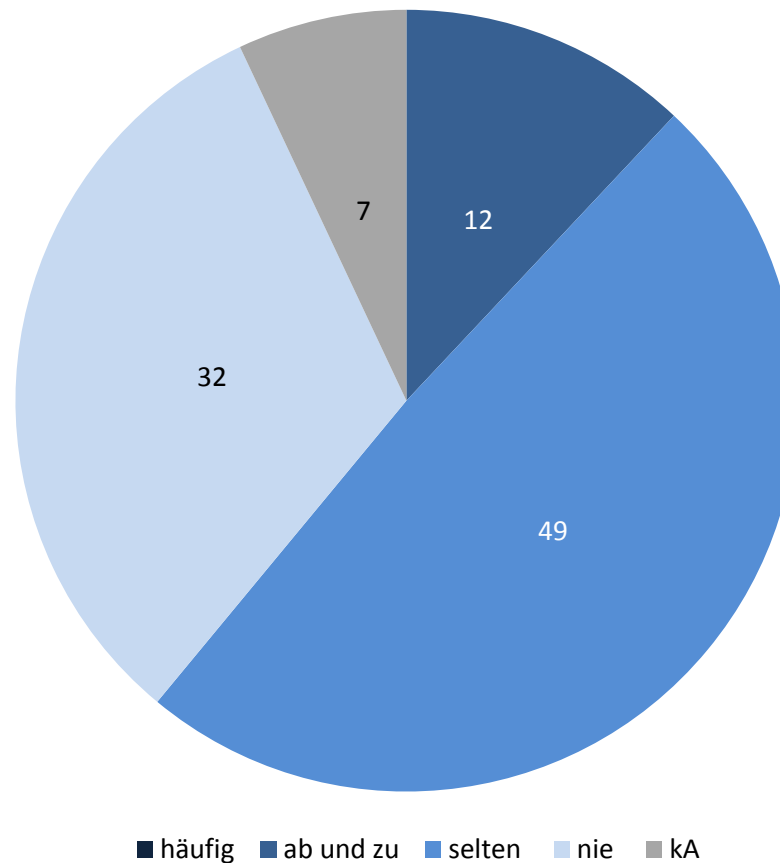


Kauf aufgrund RailPoster

Wie oft haben Sie sich schon aufgrund eines RailPosters ein Produkt oder eine Dienstleistung gekauft?

Angaben in %

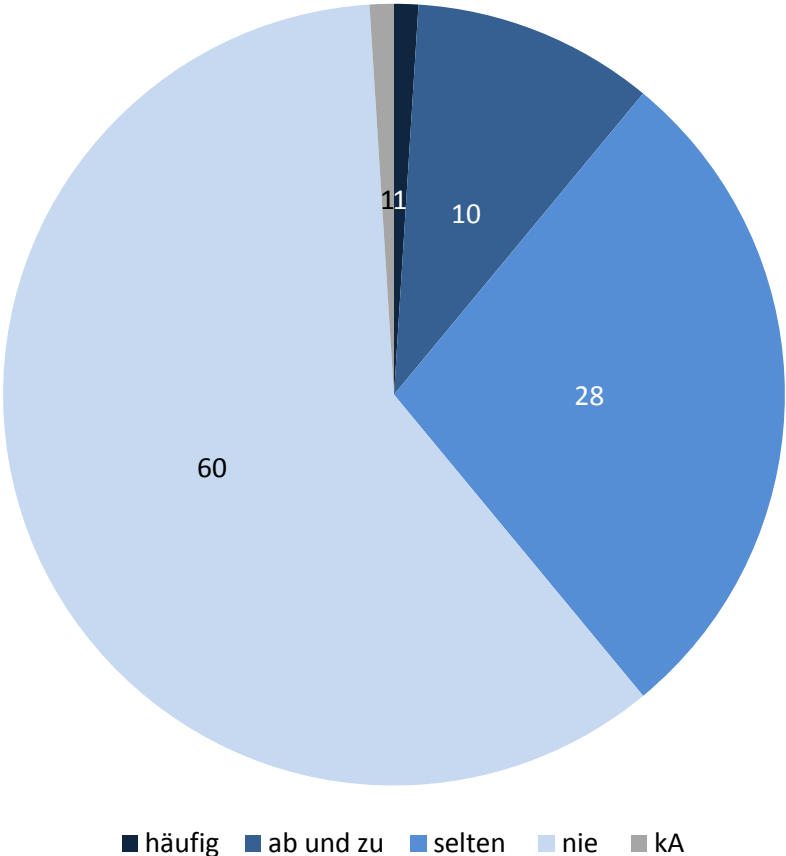
Filter: Für Produkt / Dienstleistung interessiert



SMS Gewinnspiel

Wie oft nehmen Sie an SMS Gewinnspielen teil?

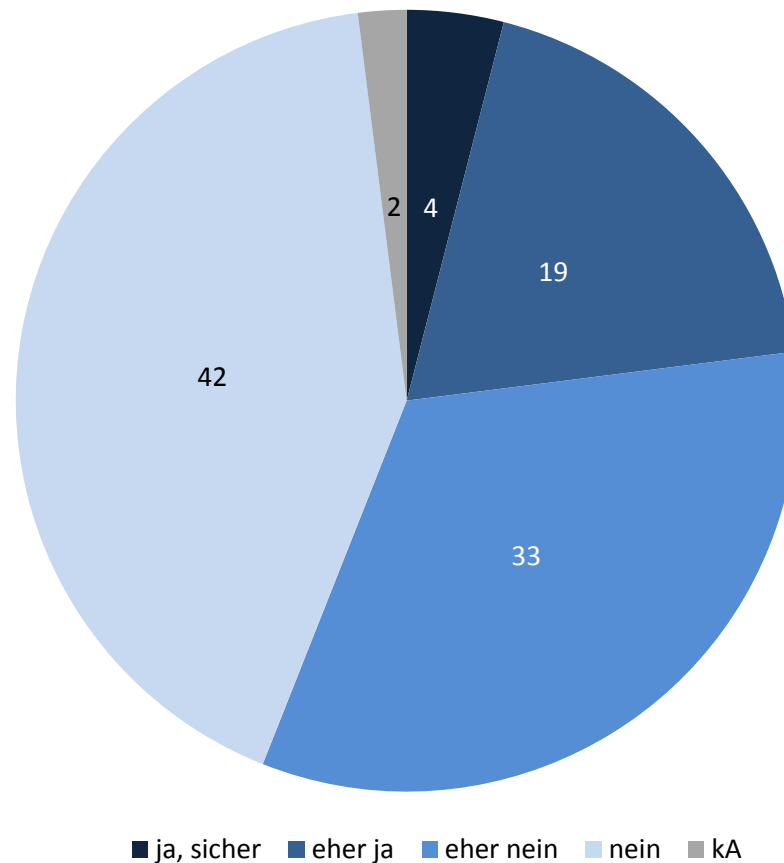
Angaben in %



Mobilnutzer Information

Können Sie sich vorstellen, sich während Ihrer Fahrt im Zug per Handy über ein auf einem RailPoster gezeigtes Angebot zu informieren (mittels SMS oder mobilem Internet)?

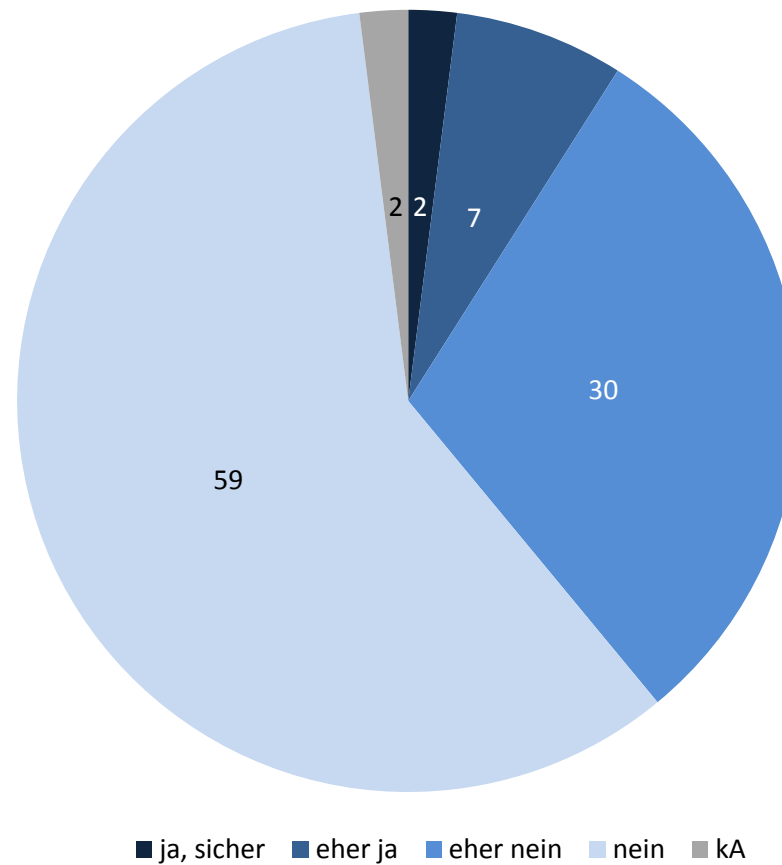
Angaben in %



Mobilnutzer Kauf

Können Sie sich vorstellen, während Ihrer Fahrt im Zug per Handy (SMS oder App) ein auf RailPoster gezeigtes Angebot zu kaufen?

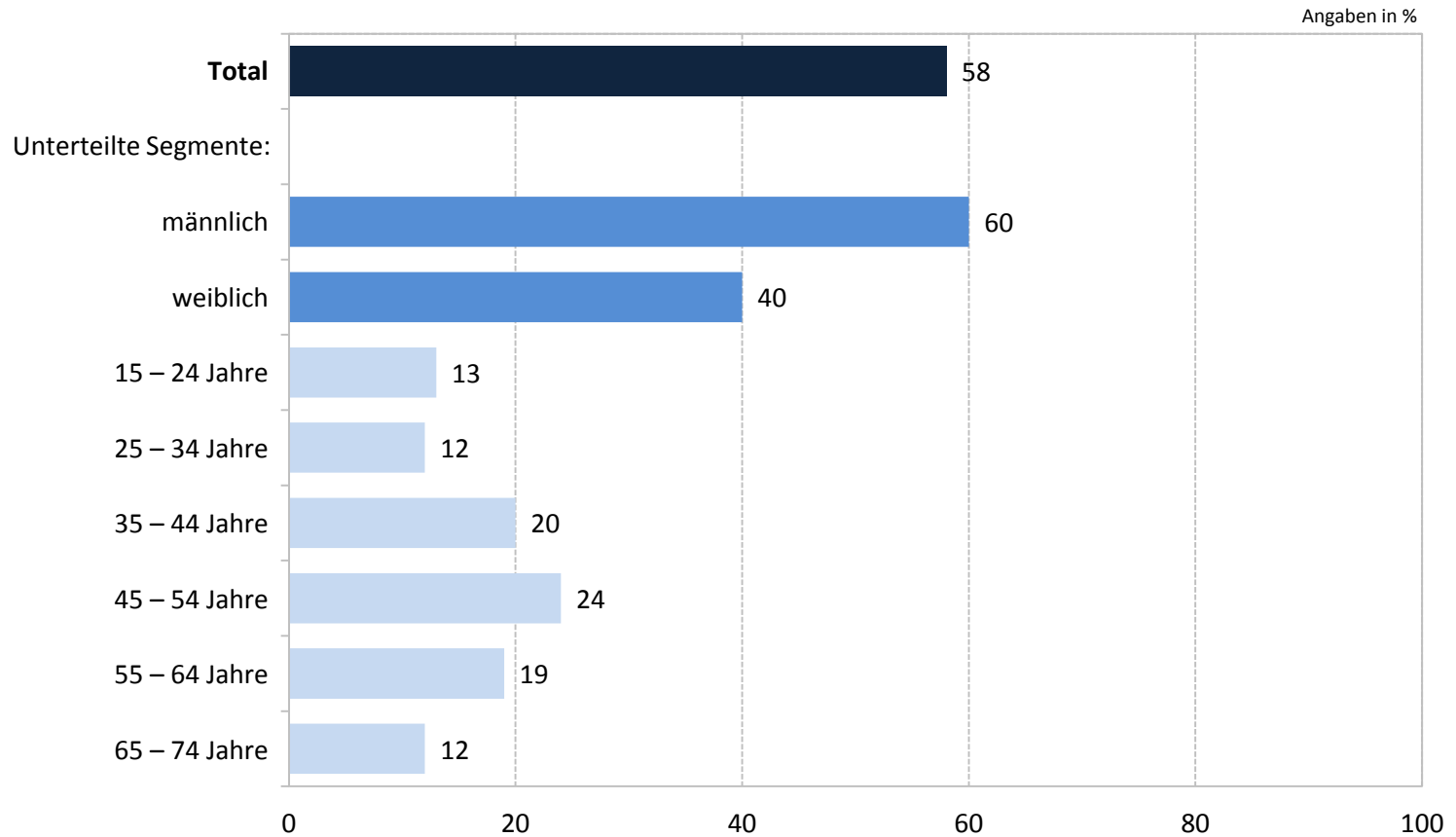
Angaben in %



SBB Werbelok

SBB Werbelok

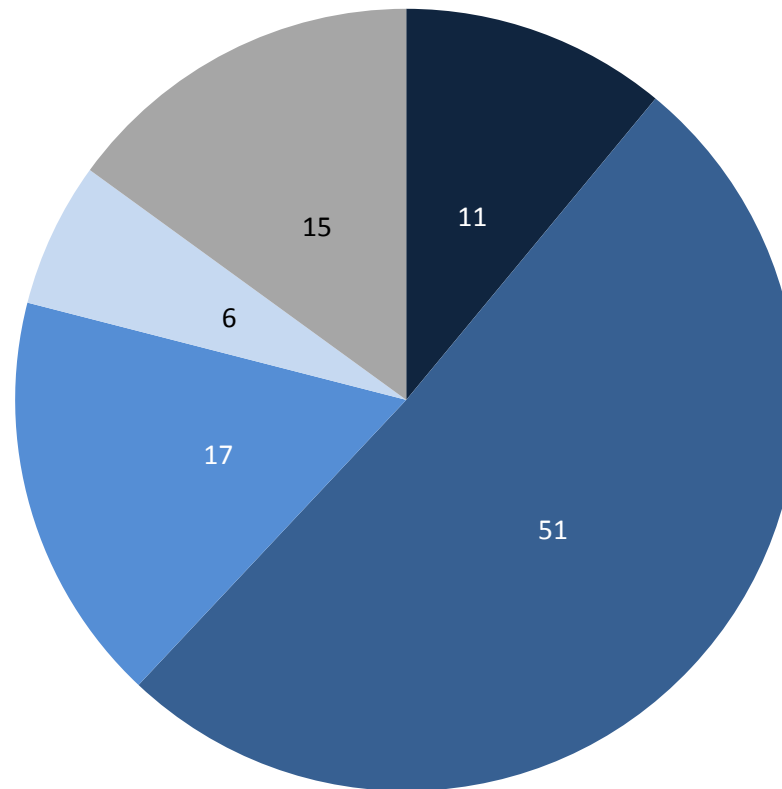
Haben Sie schon vorgängig eine solche Werbelok gesehen?



Sympathie SBB Werbelok

Wie sympathisch ist Ihnen diese Werbeform (grossflächige Werbung auf Lokomotiven)?

Angaben in %



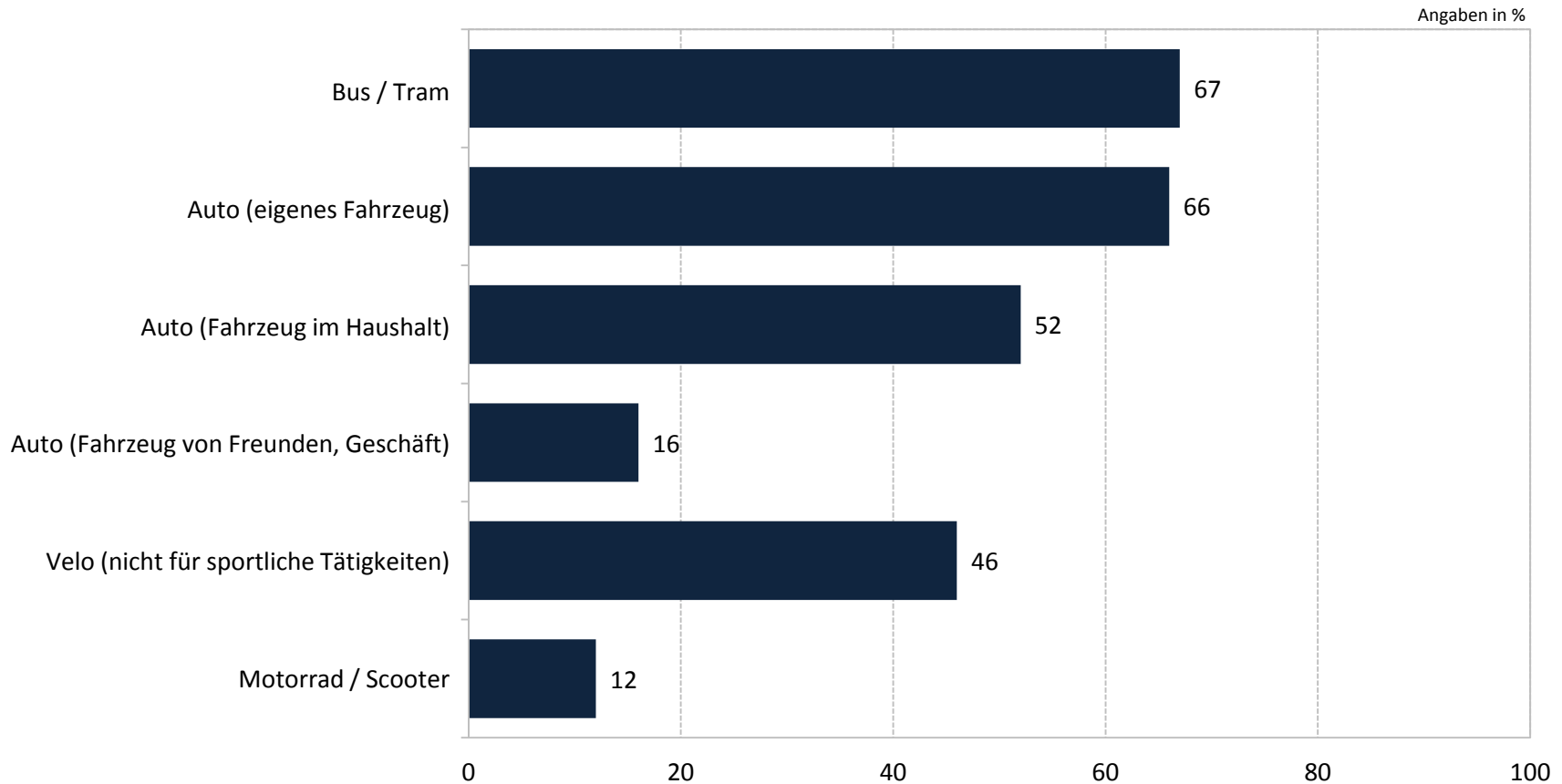
■ sehr sympathisch ■ sympathisch ■ weniger sympathisch ■ nicht sympathisch ■ kA

Mobilitätsverhalten

Mobilitätsverhalten

Wie häufig nutzen Sie neben der Bahn die folgenden Verkehrsmittel?

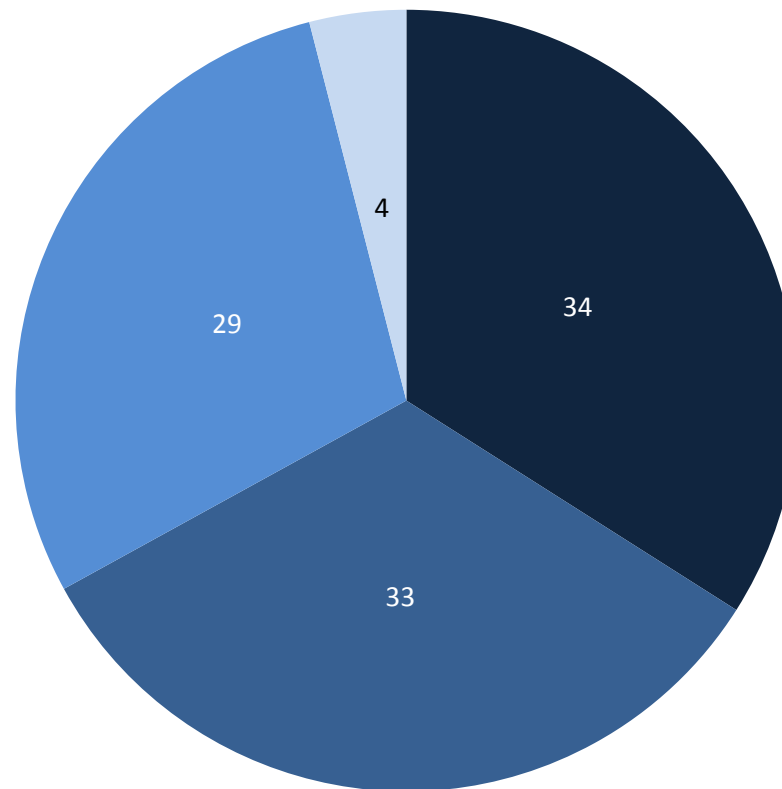
Regelmässige Nutzer in %



Wie häufig nutzen Sie die folgenden Verkehrsmittel?

Bus / Tram

Angaben in %



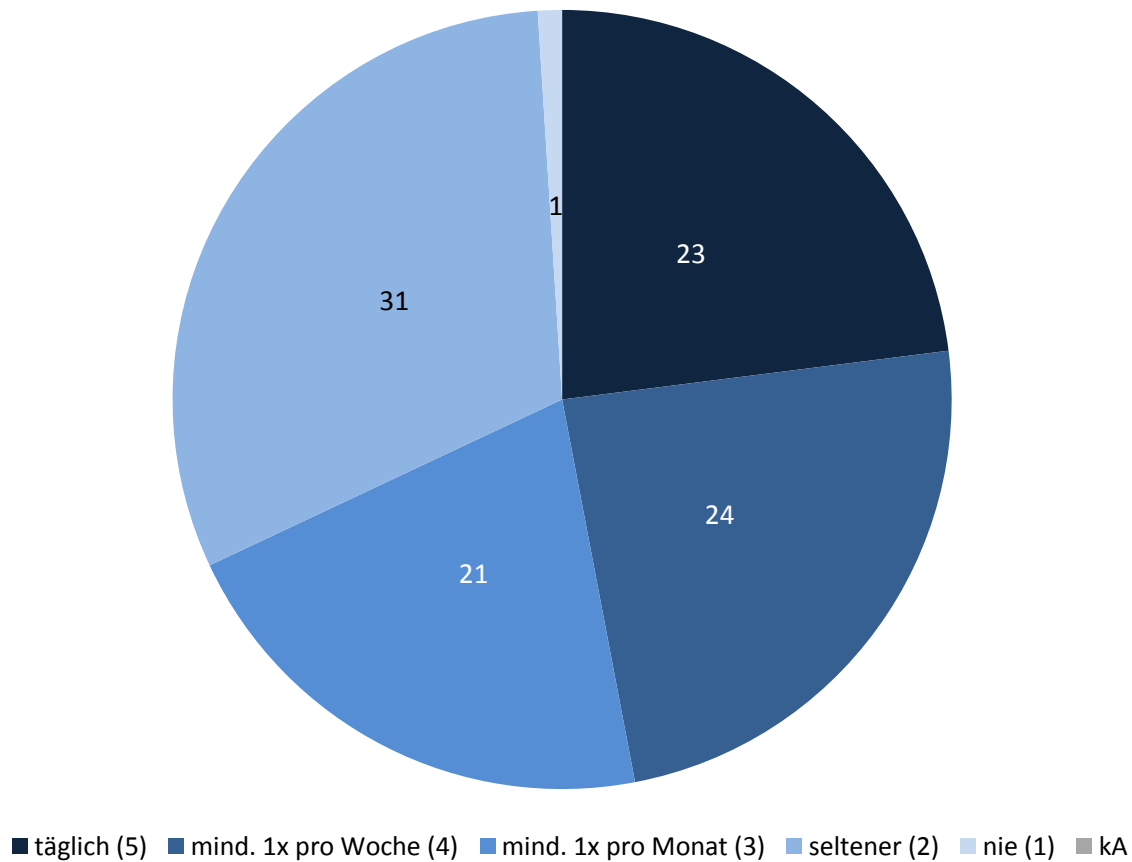
■ häufig (4) ■ ab und zu (3) ■ selten (2) ■ nie (1) ■ kA

Nutzung Bus / Tram

Wie häufig nutzen Sie Bus / Tram der öffentlichen Verkehrsbetriebe?

Angaben in %

Filter: Nutzt Bus / Tram

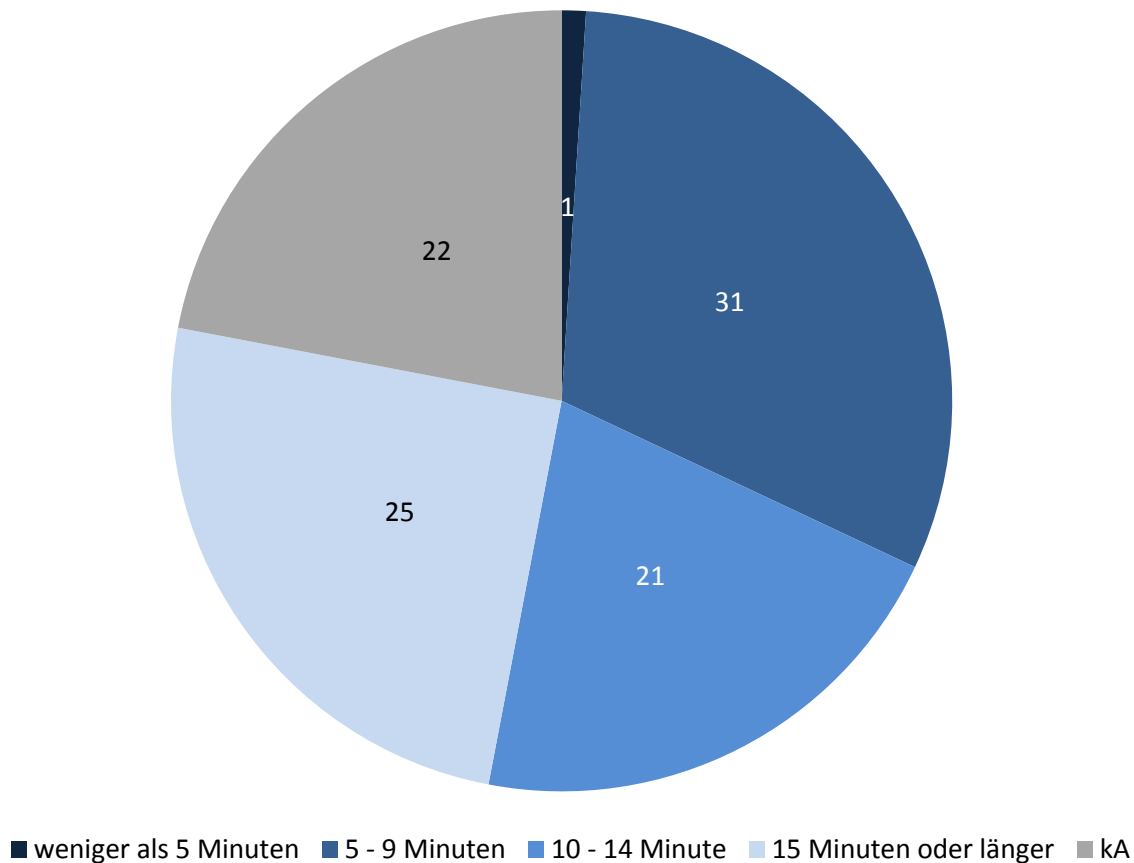


Aufenthalt Bus / Tram

Wie lange halten Sie sich pro Fahrt durchschnittlich in einem Bus / Tram auf?

Angaben in %

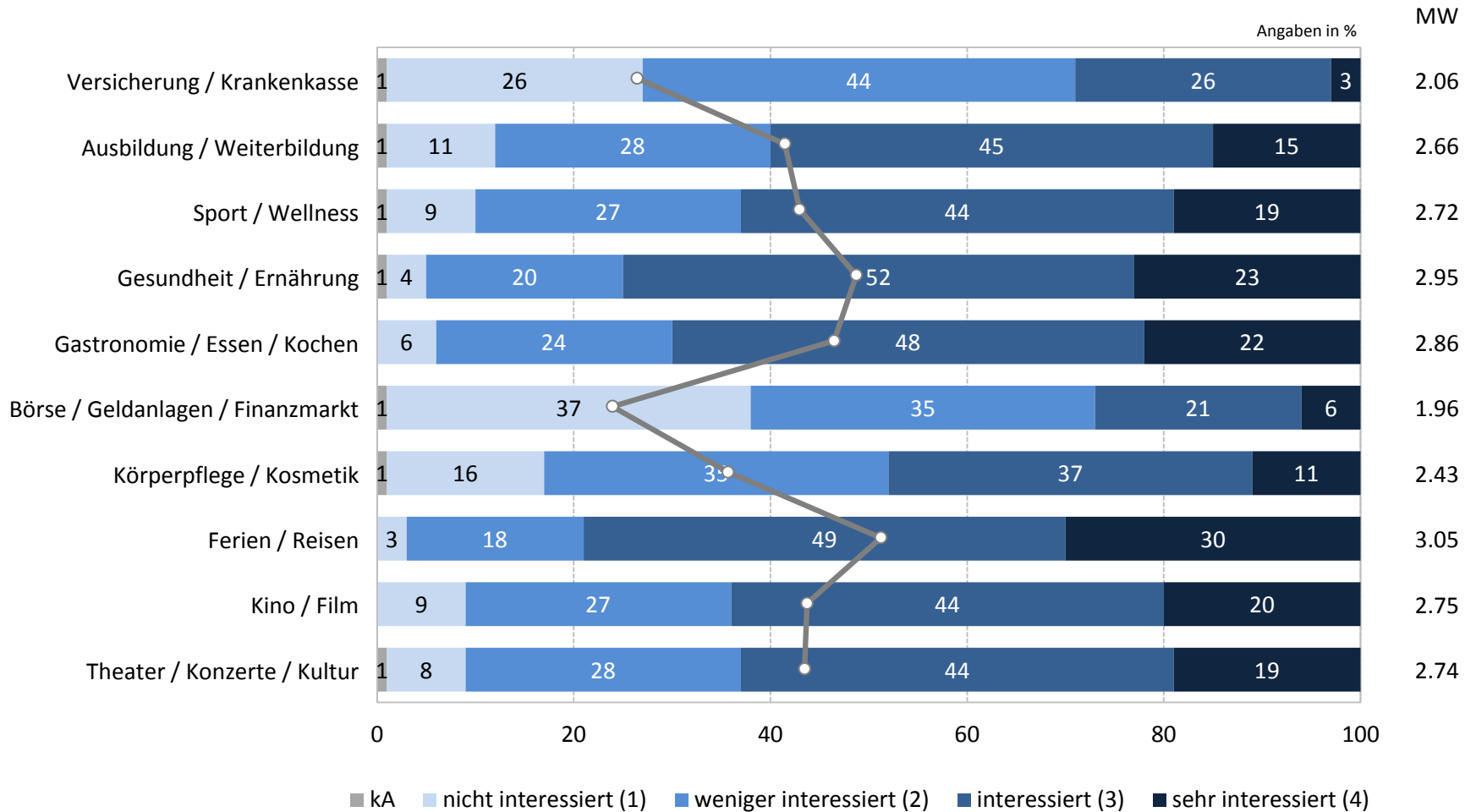
Filter: Nutzt Bus / Tram



Allgemeine Interessen

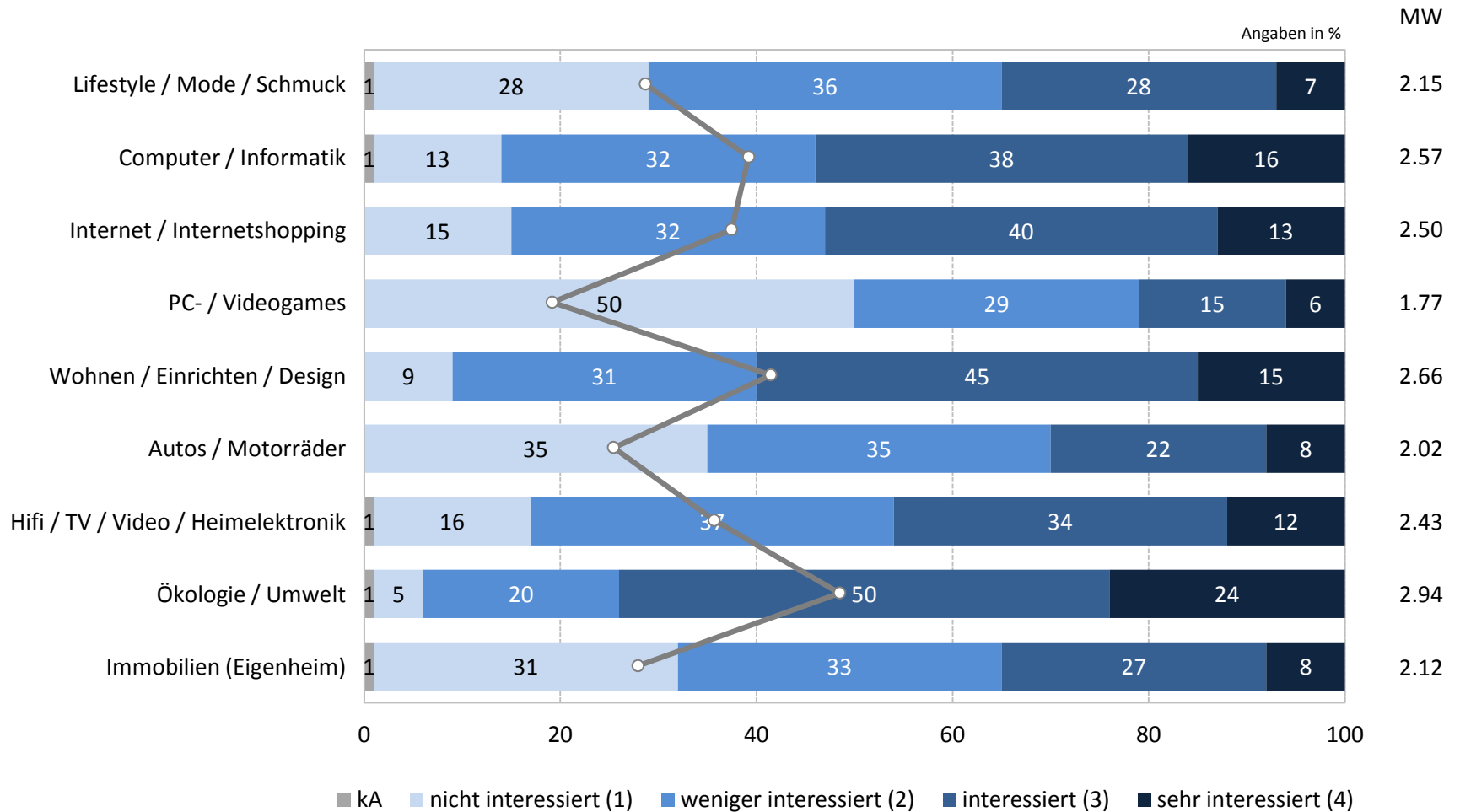
Interessen (1/2)

Bitte klicken Sie bei jedem Interesse an, wie sehr Sie sich persönlich für dieses Thema interessieren.



Interessen (2/2)

Bitte klicken Sie bei jedem Interesse an, wie sehr Sie sich persönlich für dieses Thema interessieren.



Ihre Ansprechpersonen.

Für weitere Auskünfte kontaktieren Sie bitte:

Markus Britschgi / Deborah Gasser
vorname.name@blueeyesmarketing.ch

blue eyes marketing gmbh
Weyrstrasse 26
6006 Luzern

+41 41 372 06 00

www.blueeyesmarketing.ch
www.psychografie.ch

Schlussblick.



blue eyes marketing gmbh
Weystrasse 26
CH-6006 Luzern