

Leistungswerte

Brutto-Kontakte für Werbung auf nextbikes



Erhebung & Methode

Messung **von täglichen Aktivitäten- und Wegeketten für die gesamte deutsche Bevölkerung** auf Basis vollständig anonymisierter und aggregierter Mobilfunkdaten der **Telefónica** (Kernmarke O2).



Mobility-Pattern-Recognition Verfahren (MPR)*

Mit dem Verfahren werden die Daten der Mobilfunkgeräte, deren Wege und Verweilorte (Aktivitäten) erfasst, anonymisiert und auf die Gesamtbevölkerung hochgerechnet.

Anhand dieser Auswertungen stellt **Senozon** die Kontaktwerte für die definierten Städte bereit.



Abgabe aller Ausleihvorgänge aller Räder der Regionen je Tag durch **nextbike** an Senozon.

- Geocodierter Ort und Zeitpunkt Anmietung Bike
 - Geocodierter Ort und Zeitpunkt Abgabe Bike
- Daraus ermitteln sich Ort und Zeitfenster des **Standzeitraums pro Bike**.

Partner

Senozon ermittelt Frequenzwerte für Kund*innen aus den Bereichen Aussenwerbung, Handel, Real Estate und Verkehr.



Analyse

Anzahl Personen (erfasste, gewichtete Mobilfunkgeräte), die im Umfeld des geparkten/abgestellten Bikes in einem 60 Sekunden Intervall erfasst werden.

*Siehe auch: www.senozon.com/downloads --> Whitepaper Mobility Pattern Recognition (MPR) und Anonymisierung von Mobilfunkdaten

Methode im Detail

PROJEKTBSCHREIBUNG

Messung	In 28 Städten
Zeitraum 24/7 Zeitfenster	16.02.-29.02.2020 - Winter vor Corona 25.07.-07.08.2021 - Sommer
Gegenstand	Personen (gewichtete Mobilfunkgeräte) erfasst im Radius von max. 25 Metern um geparkte Bikes im 60 Sekunden Intervall. nextbikes während des Verleihzeitraums wurden nicht bei den Messungen berücksichtigt.



nextbike Wahrnehmung OOH

ADBike Kampagnen fahren pro Ausleihe etwa 2 km und 20 Minuten durch urbane Räume.

Ein nextbike wird pro Tag bis zu **5.000-mal** gesehen.

Die gesamte Radflotte erreicht beispielsweise in Frankfurt **5,2 Mio. Bruttokontakte** am Tag.

nextbikes sind sichtbar! **60%** unserer Neukund*innen sind im Straßenbild aufmerksam geworden¹



nextbike Nutzer*innen haben mind. **2 Kontakte** mit der Werbung am Rad.

nextbike Nutzer*innen haben bis zu **4 Kontakte** mit der Werbung in der App.

¹ Repräsentative Befragung der Nutzerinnen und Nutzer von nextbike Deutschland 2021

Ergebnisse Kampagnen

Clark

Köln

2000 Bikes

3 Monate

01.07.-30.09.2021

445.000 gefahrene Km

11 Erdumrundungen

259.000 Ausleihen

> 353 Mio. Bruttokontakte



Heineken

Dresden, Dortmund

400 Bikes

2 Monate

04.10.-04.12.2021

13.400 gefahrene Km

10.000 Samples verteilt

259.000 Ausleihen

> 101 Mio. Bruttokontakte



NetCologne

Köln

565 Bikes

3 Monate

15.10.-15.01.2022

162.000 gefahrene Km

4 Erdumrundungen

108.000 Ausleihen

> 111 Mio. Bruttokontakte



Crossmedial. Messbar. Skalierbar.

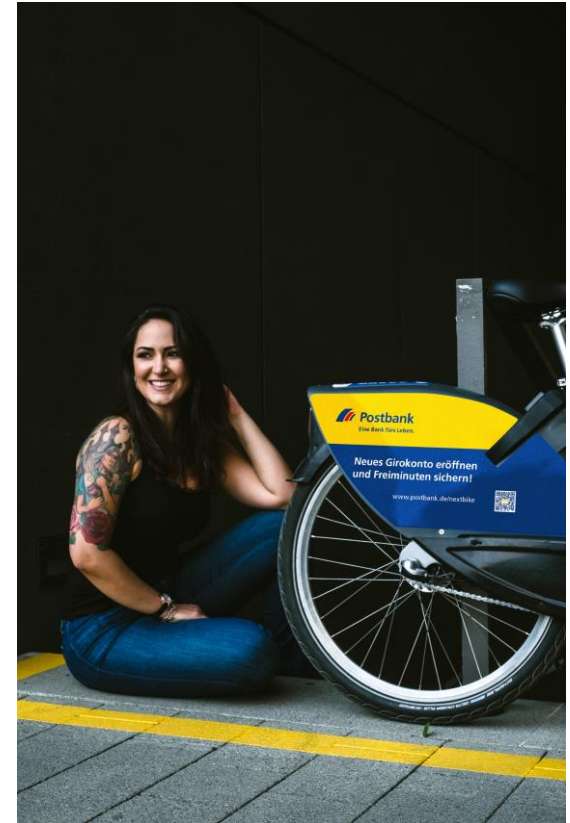
WERBUNG MIT NEXTBIKE



Mit Edeka nachhaltig in Berlin.



Mit Clark flexibel in Köln.



Mit der Postbank gesund in Frankfurt.

Ansprechpartner*innen



Jan Gewinner

*Head of Business Development
Media & Services*

Mobile: +49 152 – 22 88 79 36
E-Mail: gewinner@nextbike.com



Hellen Kehl

*Business Development Manager
Media & Services*

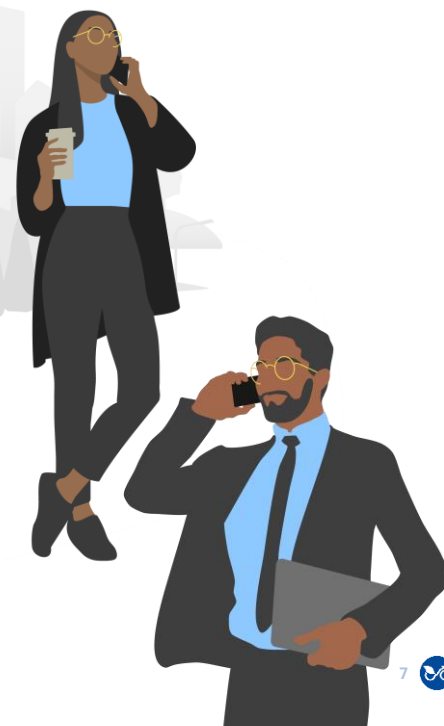
Mobile: +49 172 – 27 28 902
E-Mail: kehl@nextbike.com



Lukas Fritscher

*Business Development Manager
Media & Services*

Mobile: +49 172 – 658 77 57
E-Mail: fritscher@nextbike.com



Partner Referenzen

senozon

Zielgruppen in Bewegung

Senozon kennt die durchschnittlichen Tagesabläufe der Bevölkerung (anonymisiert) und weiß:

- was eine Zielgruppe macht
- wann sie es macht
- wo sie es macht
- was sie als nächstes tun wird

Senozon ermittelt Frequenzwerte für Kund*innen aus den Bereichen Aussenwerbung, Handel, Real Estate und Verkehr.



Datenbasis für Senozon sind vollständig anonymisierte und aggregierte Mobilfunkdaten der Telefónica (Kernmarke O2).

