

KLUGE ENTSCHEIDUNGEN

Anonymisierte Mobilfunkdaten
bringen mehr fundiertes Wissen.

In Kooperation mit



ERLEBEN, WAS VERBINDET.



MOTIONLOGIC LIEFERT FAKTEN, UM TATSACHEN ZU SCHAFFEN



Motionlogic GmbH

- 100 % Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom
- Ausgründung aus den Telekom Innovation Laboratories (T-Labs)
- T-Systems International als Vertriebspartner
- Sitz in Berlin
- Spezialisierter Anbieter für Mobilitätsdaten

HÖCHSTER
DATENSCHUTZ¹

Statistische Auswertung von anonymisierten Signalisierungsdaten aus dem Mobilfunknetz der Deutschen Telekom.

Ohne Aufwand.
Ohne Kostenintensität.
Ohne Zeitverlust.



Auf der umfassenden und fundierten Wissensbasis schnell und sicher entscheiden!



1) Gemäß den strengen Regeln des Deutschen Datenschutzes; BfDI: Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

MOTIONLOGIC

DIE BASIS FÜR FUNDIERTE ANALYSEN



Das beste Netz

- Jeder hat ein Mobiltelefon
- Mobiltelefone erzeugen Signale (z.B. Anrufe, SMS, ...)
- Signale werden deutschlandweit von verschiedenen Funkzellen empfangen

Motionlogic Quadranten

- Deutschlandweit unterschiedlich große Quadranten ab 500 m x 500 m
- Analyseeinheit zur Ableitung von Bewegungsströmen



Wie funktioniert es?

- Ableitung der Bewegungsströme anhand der Signaldaten der SIM-Karten und den entsprechenden Quadranten
- Aussagen über die Gesamtbevölkerung durch statistische Hochrechnung

Pkw-Fahrt

Mobilfunksignale

KOMBINATION AUS GEO- UND SOZIODEMOGRAPHISCHEN DATEN

Deutsche Telekom

Geo-Informationen



Informationen aus Mobilfunksignalen:

- Anzahl Personen, Verweildauer
- Bewegungsrichtung, Herkunft, Ziel
- PLZ der Übernachtung
- Verkehrsmittel



Soziodemografie



Informationen aus Kundendatenbank:

- Alter (Altersgruppe)
- Geschlecht
- Gemeldeter Wohnort (PLZ)



KEIN
RÜCKSLUSS
AUF EINZELNE
HANDY-NUMMERN
MÖGLICH!



Anonymisierung

Datenverarbeitungs- und Anonymisierungsprozess freigegeben durch



Die Bundesbeauftragte
für den Datenschutz und
die Informationsfreiheit



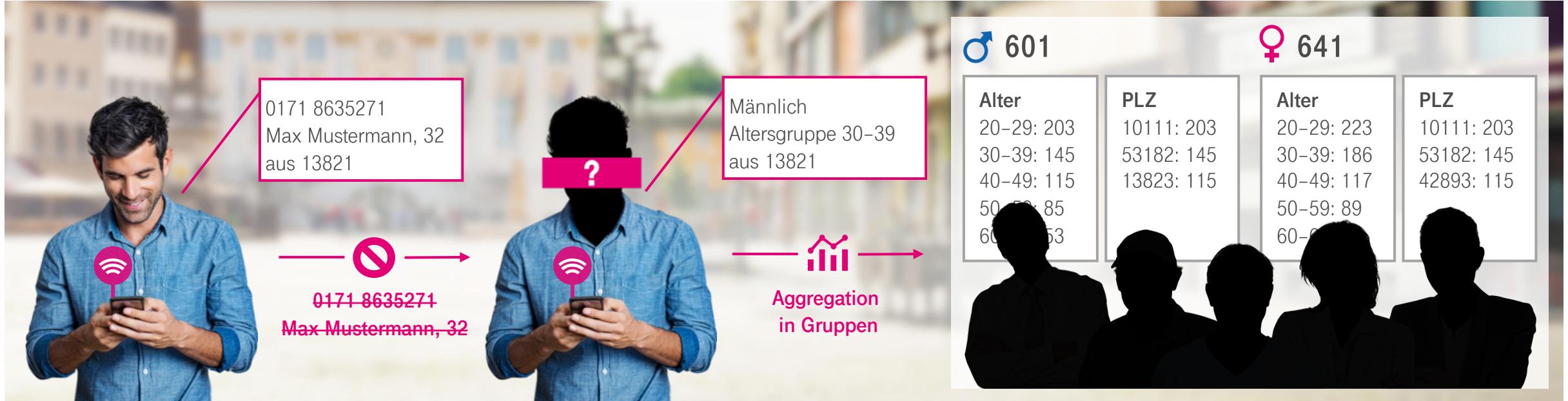
ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Motionlogic

02.03.20

DATENSCHUTZ IST ZU JEDER ZEIT GEWÄHRLEISTET

ANONYMISIERUNGSPROZESS



- Persönliche Informationen, z.B. Name, Telefonnummer etc., entfallen
- Keine Erstellung von Bewegungsprofilen der Einzelpersonen
- Auswertung ab einer Gruppengröße von 30 Personen

- Verarbeitung der Daten in einem Hochsicherheits-Rechenzentrum der Deutschen Telekom
- Widerspruchsmöglichkeit für die Kunden der Telekom, dass ihre sozio-demografischen Merkmale verwendet werden

von Funksignalen über Hochrechnung zum Datenset



Datenbasis

Stichprobe	<ul style="list-style-type: none">Ca. 40 Mio. SIM-Karten = ca. 1/3 Marktanteil		<h2>Unsere Daten für Sie</h2> <ul style="list-style-type: none">BesucheraufkommenVerkehrsteilnehmeraufkommenQuell-Ziel-Beziehungen (optional mit VIA Verknüpfung)Fahrgastaufkommen (U-Bahn) <p>Bereitstellung</p> <ul style="list-style-type: none">PPT, CSV-Datei, im Dashboard oder via API <p>Optionale Segmentierung der Daten</p> <ul style="list-style-type: none">Demografische Merkmale (Altersgruppe, Geschlecht, Herkunft (national & international))
Daten	<ul style="list-style-type: none">Signaldaten: ca. 150–180 Signale pro SIM-Karte/TagDemografische Daten (Altersgruppe, Geschlecht, Wohnort/PLZ)		
Örtliche Genauigkeit	<ul style="list-style-type: none">Wenige hundert Meter (Stadt) bis einige Kilometer (Land)		
Aktualität der Daten	<ul style="list-style-type: none">Ein Tag ZeitverzugHistorische Daten vorhanden		

AKTUELLE & ZUKÜNFTIGE USE CASES

Transport



Aktualisierung eines Verkehrsmodells



Optimierung ÖPNV im ländlichen Raum



Fernbus Nutzung



Auswertung Großereignisse

Handel



Shopping Center Analytics



Analyse Fußgängerzone

Tourismus



Tagestouristen

Werbung



OOH Echtzeit-Aussteuerung*



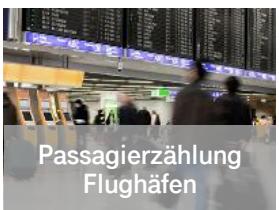
Geschäftsgebietplanung Ridesharing



Querschnittszählung Autobahn



Fahrgastzählung U-Bahn



Passagierzählung Flughäfen



Fachmarktzentren Analytics



Standort-Analyse „Freestander“



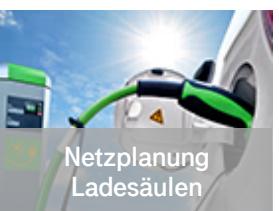
Internationale Touristen



Optimierung Werbegebiete



Pendleranalyse



Netzplanung Ladesäulen



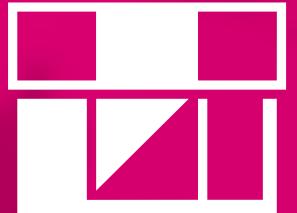
ERLEBEN, WAS VERBINDET.

* Use Case "OOH Echtzeit-Aussteuerung" geplant für Ende Q2, 2019

HANDEL



 ZUR USE CASE ÜBERSICHT



SHOPPING CENTER ANALYTICS

Herausforderung

- Erhebungen von Besucherzahlen und deren Herkunft durch z. B. Umfragen oder Zählung sind aufwendig und teuer
- Marketingentscheidungen oft ohne Datenbasis
- Optimierungschancen werden nicht genutzt
- Konkrete Wettbewerbsposition kaum bekannt

Lösung

- Daten aus anonymisierten Mobilfunksignalen
- Bereitstellung von Kennzahlen für den stationären Handel wie sonst nur für Web-Shops
- Auswertung der eigenen und Wettbewerbsstandorte
- Zum Beispiel:
 - Anzahl der Besucher
 - Split in Altersgruppen und Geschlecht
 - PLZ der Wohnorte

Kundennutzen

- Aktuelle Kennzahlen machen kurzfristige Trends erkennbar
- Systematische Wettbewerbsbeobachtung – schnelles Erkennen von Veränderungen
- Empirische Fundierung von Marketingentscheidungen
- Günstige Erhebungsmethode, da ohne Hardware-Installation und physische Präsenz



SHOPPING CENTER ANALYTICS

REFERENZPROJEKT

- Unibail Rodamco Westfield besitzt Immobilien und betreibt Shopping Center
- Klassische Besucherzählmethoden (Kameras, Sensoren) sind relativ ungenau im Hinblick auf eindeutige Zählung der Besucher
- Mit den Motionlogic-Bewegungsdaten können Marketing-Maßnahmen optimiert werden

- Auswertung des Besucheraufkommens in den einzelnen Shopping Centern hinsichtlich Aufenthaltsdauer, Geschlecht, Alter, Herkunft sowie internationale Touristen
- Messung: alle Tage im Jahr

Auswertung des täglichen Besucheraufkommens

Auf Basis der Daten von Motionlogic können gezielte Marketing-Maßnahmen ergriffen werden, zusätzlich erhöhen Benchmarking-Analysen die Transparenz.

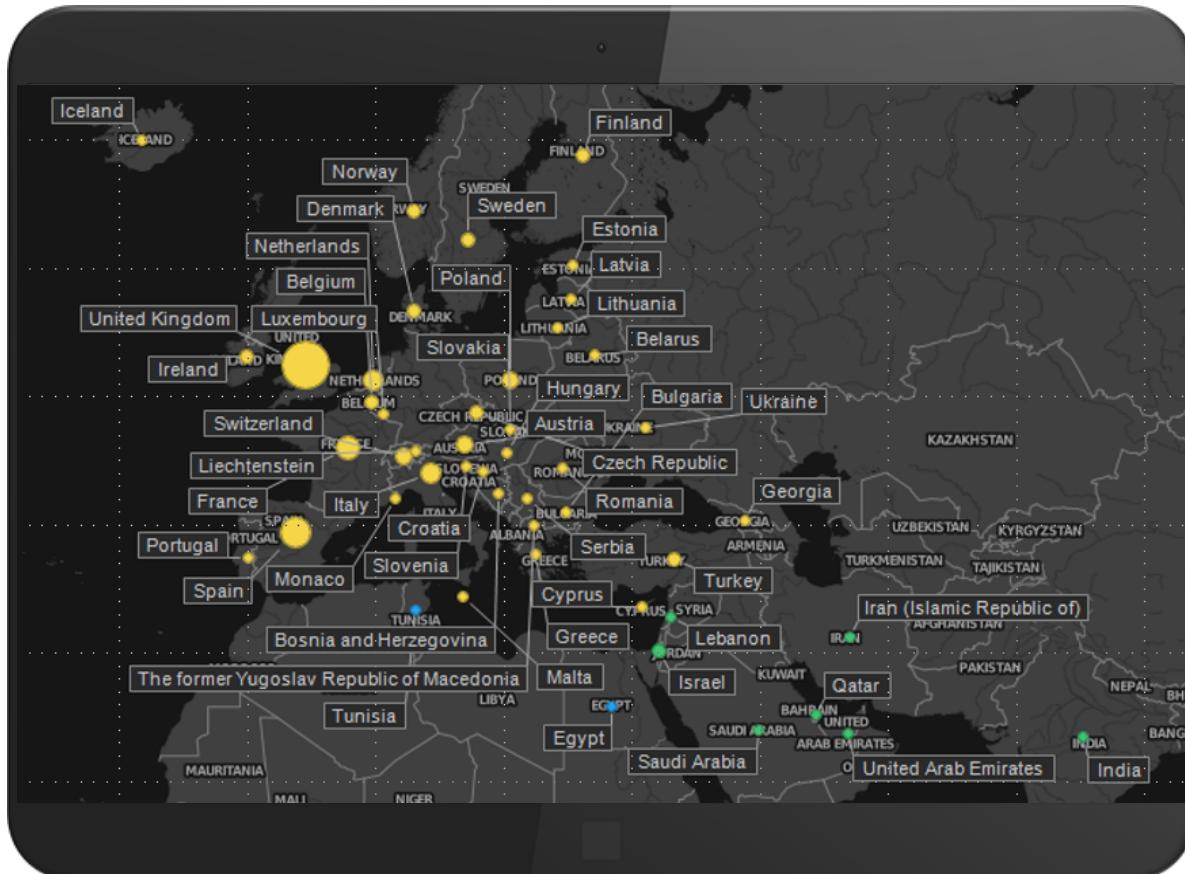
Räumliche Verteilung der Besucher eines Shopping Centers



SHOPPING CENTER ANALYTICS

REFERENZPROJEKT

Die Auswertung internationaler Touristen spielt für die Auswahl von Mieter im Bereich Luxusmarken eine bedeutende Rolle



Durch die Anreichung von soziodemografischen Fakten können weitere Merkmale zur Verfügung gestellt werden – Altersstruktur



SHOPPING CENTER ANALYTICS

WAS WIR LIEFERN



1. Datenumfang

Daten	Besucheraufkommen: Anzahl der Personen, die sich in einem Shopping Center für mindestens 15 Minuten aufhalten. Segmentiert nach Altersgruppe, Geschlecht & Wohnort (=Einzugsgebiet).
Zeitliche Auflösung	<ul style="list-style-type: none">• Besucheraufkommen: stündlich, täglich• Altersgruppen, Geschlecht & Wohnort: typischer Tag
Geographischer Betrachtungsraum	<ul style="list-style-type: none">• Einzelnes Shopping Center

2. Analysezeitraum

Fortlaufende und historische Daten möglich (ab Juni 2017)

3. Format der Datenbereitstellung

- Exemplarischer PPT-Report, CSV-Dateien fortlaufend
- Auf Wunsch Dashboard über Partner

4. Machbarkeit & Liefertermin

- Machbarkeit der Standorte wird im Vorfeld des Projekts validiert
- Liefertermin: ab 12 Wochen nach Beauftragung
- Monatliche Lieferung zum Ende des Monats für Vormonat

5. Laufzeit

Ab 12 Monate



ANALYSE VON FACHMARKTZENTREN



Herausforderung

- Erhebungen von Besucherzahlen und deren Herkunft durch z. B. Umfragen oder Zählung sind aufwendig und teuer
- Marketingentscheidungen oft ohne Datenbasis
- Optimierungschancen werden nicht genutzt
- Konkrete Wettbewerbsposition kaum bekannt

Lösung

- Daten aus anonymisierten Mobilfunksignalen
- Bereitstellung von Kennzahlen für den stationären Handel wie sonst nur für Web-Shops
- Auswertung der eigenen und Wettbewerbsstandorte
- Zum Beispiel:
 - Anzahl der Besucher
 - Split in Altersgruppen und Geschlecht
 - PLZ der Wohnorte

Kundennutzen

- Aktuelle Kennzahlen machen kurzfristige Trends erkennbar
- Systematische Wettbewerbsbeobachtung – schnelles Erkennen von Veränderungen
- Empirische Fundierung von Marketingentscheidungen
- Günstige Erhebungsmethode, da ohne Hardware-Installation und physische Präsenz



ANALYSE VON FACHMARKTZENTREN

REFERENZPROJEKT

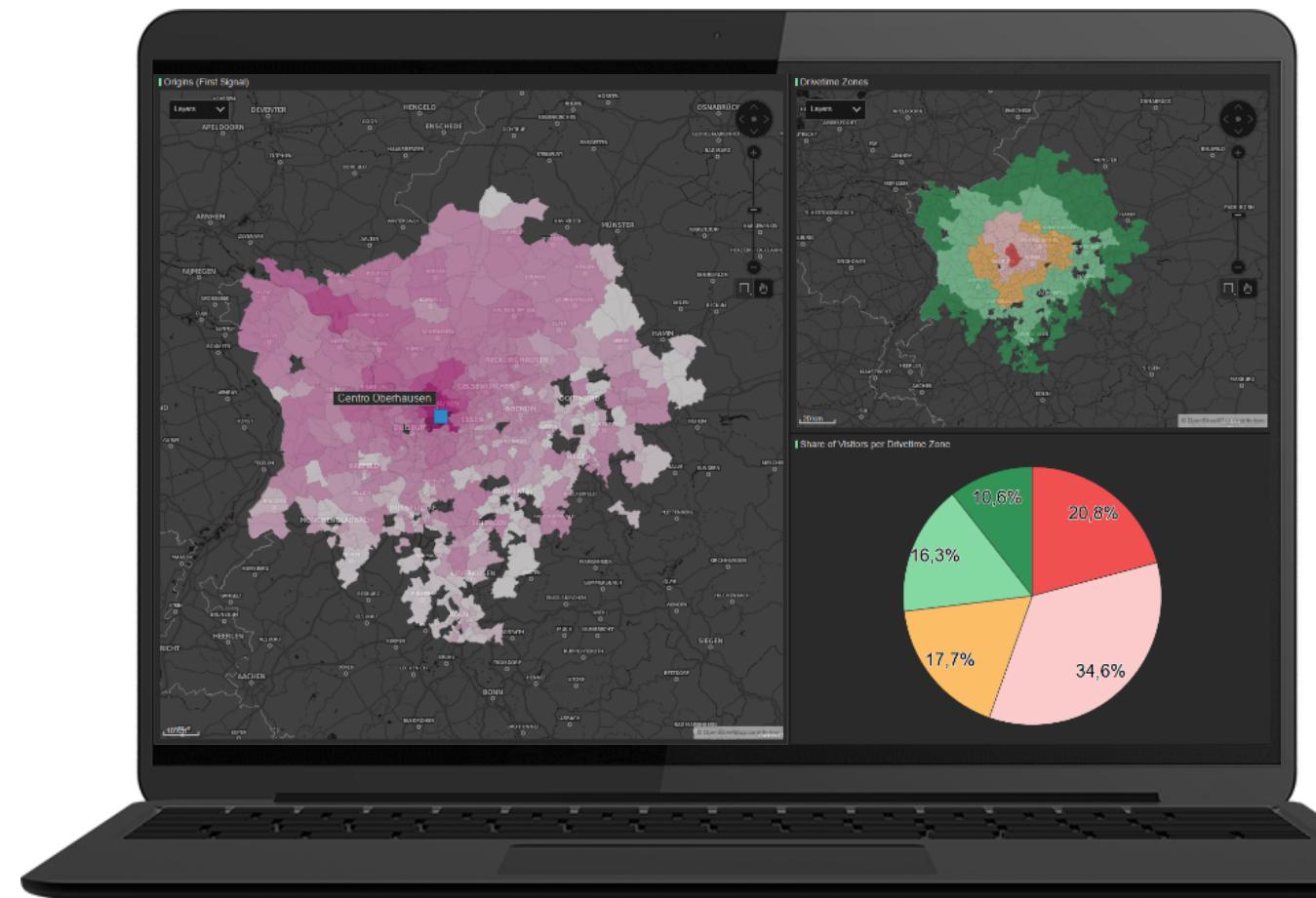
Fachmarktcenter liegen üblicherweise in ländlichen Gebieten oder in Randlagen größerer Städte. Hier ist es von hoher Bedeutung, das Einzugsgebiet zu kennen, um z.B. Marketingmaßnahmen gezielt zu ergreifen. Auch die Möglichkeit, soziodemografische Merkmale den Besuchern zuzuordnen, unterstützt die Suche nach geeigneten Mietern und Ankermietern.

- Auswertung der Besucheraktivitäten hinsichtlich Aufenthaltsdauer, Geschlecht, Alter & Herkunft
- Einteilung von Fahrzeitzenonen nach Entfernung und Zeit
- Messung: alle Tage im Jahr

Auswertung des täglichen Besucheraufkommens

Auf Basis der Daten von Motionlogic können gezielte Marketing-Maßnahmen ergriffen werden, zusätzlich erhöhen Benchmarking-Analysen die Transparenz.

Beispiel: räumliche Verteilung der Besucher nach z.B. Postleitzahlen und Fahrzeitzenen

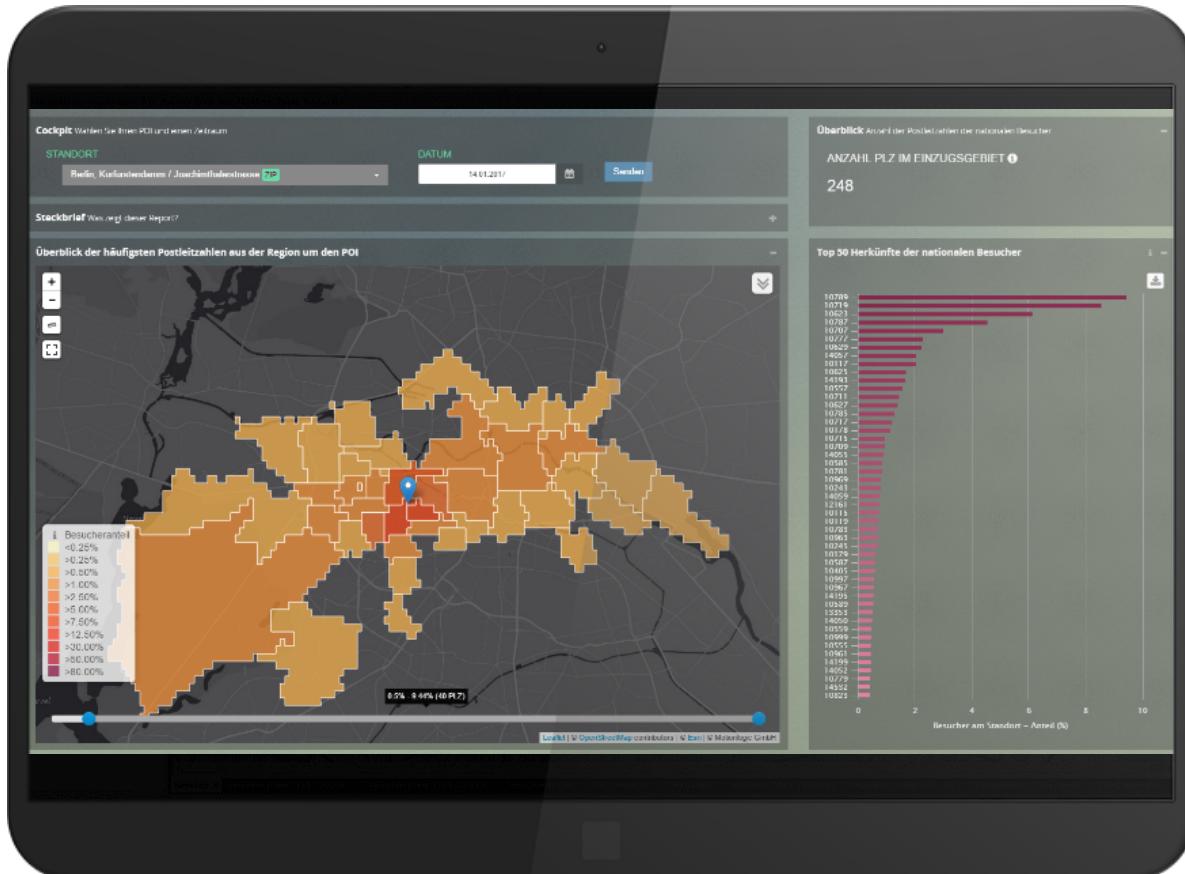


ANALYSE VON FACHMARKTZENTREN REFERENZPROJEKT

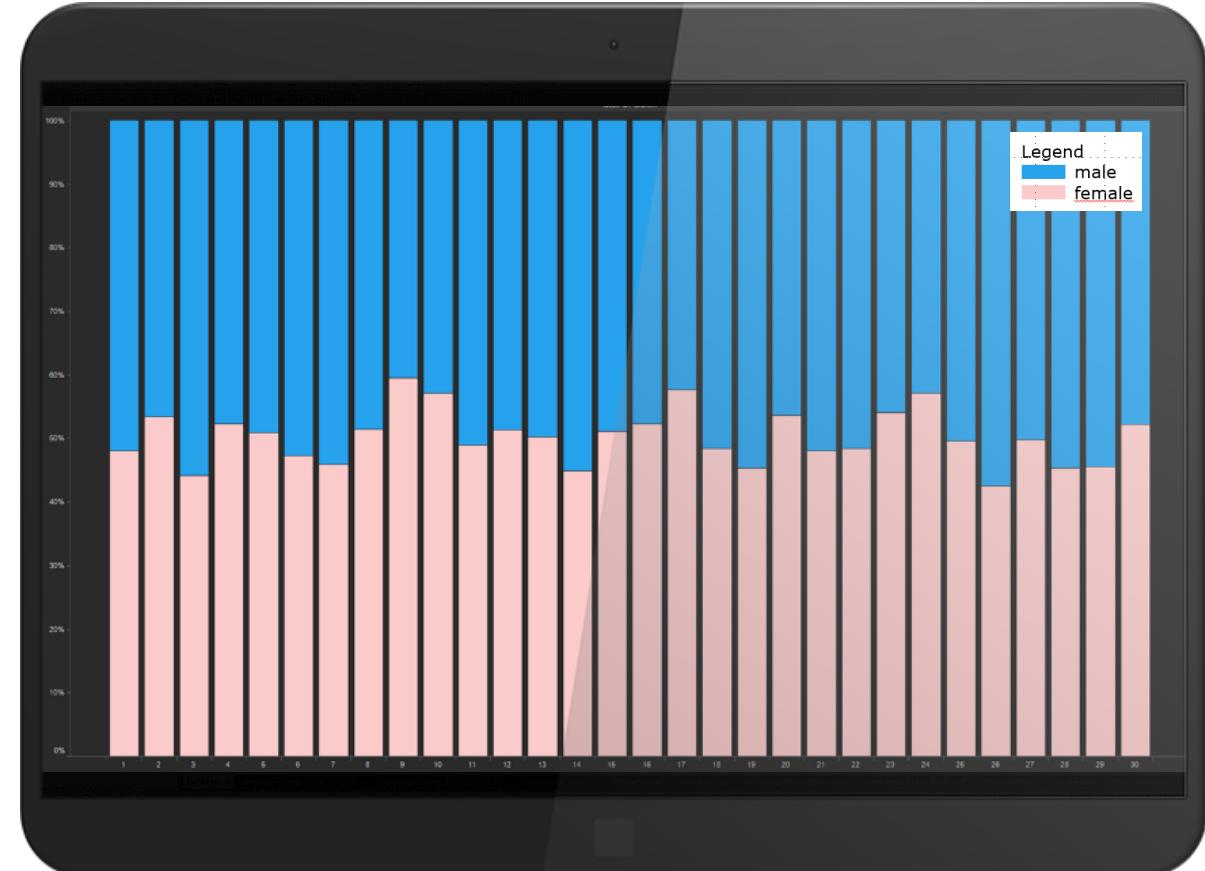


UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Einzugsgebietsanalyse – hier ist dargestellt, aus welchen Postleitzahlen die Besucher kommen



Durch die Anreichung von soziodemografischen Fakten können weitere Merkmale zur Verfügung gestellt werden – Geschlechterverteilung pro Tag



ANALYSE VON FACHMARKTZENTREN

WAS WIR LIEFERN



1. Datenumfang

Daten	Besucheraufkommen: Anzahl der Personen, die sich in einem Fachmarktcenter für mindestens 15 Minuten aufhalten. Segmentiert nach Altersgruppe, Geschlecht & Wohnort (=Einzugsgebiet).
Zeitliche Auflösung	<ul style="list-style-type: none">• Besucheraufkommen: stündlich, täglich• Altersgruppen, Geschlecht & Wohnort: typischer Tag
Geographischer Betrachtungsraum	<ul style="list-style-type: none">• Einzelnes Fachmarktcenter

2. Analysezeitraum

Fortlaufende und historische Daten möglich (ab Juni 2017)

3. Format der Datenbereitstellung

- Exemplarischer PPT-Report, CSV-Dateien fortlaufend
- Auf Wunsch Dashboard über Partner

4. Machbarkeit & Liefertermin

- Machbarkeit der Standorte wird im Vorfeld des Projekts validiert
- Liefertermin: ab 12 Wochen nach Beauftragung
- Monatliche Lieferung zum Ende des Monats für Vormonat

5. Laufzeit

Ab 12 Monate

