

News release

Aussenwerber vereinigen sich für die Entwicklung eines Konzepts zur Erfassung der Leistung von Digital Out of Home Media

Zur sofortigen Veröffentlichung

13/01/2015

Die grössten international tätigen Aussenwerber der Welt – APG|SGA, Clear Channel Outdoor, Exterion Media und JCDecaux – arbeiten gemeinsam an der Entwicklung des ersten standardisierten Konzepts der Branche zur Erfassung der Medialeistung von Digital Out of Home Media (DOOH). Diese einzigartige Zusammenarbeit innerhalb der Branche ist eine Reaktion auf das anhaltende globale Wachstum auf dem Gebiet der digitalen Aussenwerbung, das zwischen 2007 und 2014 auf 23 Prozent pro Jahr geschätzt wurde. 2015 wird der Anstieg voraussichtlich 21 Prozent betragen.

Da die globalen Werbeauftraggeber mit den Erwartungen der Verbraucher an eindrucksvolle und innovative Kampagnen Schritt halten müssen, setzen Marken wie Samsung, Coca-Cola, Google und BMW einen steigenden Anteil digitaler Aussenwerbung in ihren Kampagnen ein. Als Reaktion darauf investiert die Aussenwerbeindustrie in die Entwicklung eines globalen Standards zur Erhebung digitaler Out of Home-Leistungsdaten, zumal allen Beteiligten klar ist, wie wichtig zuverlässige Zahlen sind, wenn man die Kaufentscheidungen der Konsumenten faktisch untermauern will. Die Werbewirtschaft wird so erstmals in der Lage sein, die eindeutigen Vorteile und die Gesamt-Performance von Kampagnen in diesem stark wachsenden Segment zu messen und die Erkenntnisse in die Planung künftiger Kampagnen einfließen zu lassen.

Deshalb wurde eine Arbeitsgruppe mit Experten für Werbeforschung aus allen beteiligten Unternehmen zusammengestellt, welche jetzt bereit ist, das Projekt zu beginnen, um es 2015 abzuschliessen.

Dieses Pionierprojekt nutzt eine virtuelle Welt, um den Konsumenten ein realistisches Erlebnis zu verschaffen, wie sie den verschiedenen Formen von digitaler und traditioneller Aussenwerbung begegnen. In Kombination mit der Methode der Blickerfassung (Eyetracking) kann das Konsortium den Werbeauftraggebern auf diesem Wege genaue Erkenntnisse darüber liefern, wie die Konsumenten auf Out of Home-Formate aller Art in einer Vielzahl verschiedener Umgebungen reagieren.

Die Ergebnisse sollen den Gremien für OOH-Medialeistungsmessungen in aller Welt zugänglich gemacht werden, damit sie die Möglichkeit erhalten, die Ergebnisse einzusehen und zu entscheiden,

* Source: Magna. Global digital out-of-home market in 2007 valued at \$1,008 million USD, with estimated value of \$3,741 million USD in 2014.

ob diese akzeptabel sind, um sie in ihre nationalen Forschungssysteme zu integrieren. Damit können dann digitale und traditionelle Aussenwerbekampagnen kombiniert bewertet werden.

Der Kommentar von Markus Ehrle, dem CEO von APG|SGA, lautet: *«Für unsere Stakeholder und für uns selbst ist die genaue Kenntnis des Leistungsbeitrags des schnell wachsenden digitalen OOH-Segments von zentralem Interesse, denn damit können wir die Leistung der OOH-Kampagnen gezielt auf die Bedürfnisse des jeweiligen Kunden optimieren. Wir sind fest davon überzeugt, dass dieses branchenweite Forschungsprojekt einen internationalen Standard hervorbringen wird, der dann die nationalen Forschungssysteme auf Basis der bestehenden Sichtbarkeitsgewichtungen erweitern wird, da diese Studie sehr wissenschaftlich und transparent durchgeführt wird. Diese Zurechenbarkeit ist ein zentraler Erfolgsfaktor und für das weitere nachhaltige Wachstum des DOOH-Segments in der Zukunft.»*

Parveen Bdesha, International Research and Insight Director bei Clear Channel Outdoor, erklärt: *«Clear Channel Outdoor setzt sich weltweit dafür ein, Werbeaufraggebern und Agenturen neue Methoden zur Verfügung zu stellen, damit diese ihre Zielgruppen in unserer immer komplexer werdenden Multimedia-Welt besser verstehen. Indem wir als Branche gemeinsam ein System zur Erhebung von Leistungsdaten für die digitale Aussenwerbung entwickeln, tragen wir dazu bei, das Potenzial dieses Mediums besser zu erschliessen. Wir stellen genaue, vergleichbare und überzeugende Daten über die anvisierten Zielgruppen zur Verfügung, um die Mediaplanung zu optimieren.»*

Shaun Gregory, CEO von Exterion Media, erklärt: *«Der Konsument von heute ist ständig vernetzt und genau das muss auch unser Branchenangebot widerspiegeln. Deshalb sind wir entschlossen, alle Möglichkeiten der modernen Digitaltechnologie zu nutzen, um unserem Zielpublikum ein seinen Erwartungen entsprechendes Erlebnis zu bieten. Dies können wir jedoch nur über Zusammenarbeit erreichen. Daher freut es mich besonders, dass so viele wichtige Vertreter der Aussenwerbung sich zusammenschliessen, um gemeinsam einen Branchenstandard zur Messung von DOOH zu entwickeln. Die Erkenntnisse, die wir daraus gewinnen werden, werden uns dabei helfen, das Erlebnis für Brands, Agenturen und Konsumenten zu optimieren und das schnelle Wachstum von DOOH noch weiter zu beschleunigen.»*

Neil Eddleston, Geschäftsführer von JCDecaux OneWorld, sagt: *«Für JCDecaux ist es selbstverständlich, dass wir unser langfristiges Engagement für international vergleichbare Werbewirkungsforschung auf das digitale Segment ausweiten. Wir begrüßen es sehr, dass die gemeinsame Initiative von wichtigen Entscheidern in der Branche unterstützt wird. Zudem schliesst es frühere Messmethoden traditioneller Aussenwerbung mit ein, die bereits weltweit von unseren Kunden und Käufern akzeptiert sind – ausgeführt wird die Messung gemeinsam mit der internationalen Forschungseinrichtung Esomar. Wichtig ist, dass diese Messsysteme auf der Wahrnehmung der Werbebotschaft direkt am Bildschirm selbst aufbauen.»*

Über Einzelheiten zum digitalen Reichweiten-Messsystem wird zur gegebenen Zeit informiert.

Über APG|SGA

Die APG|SGA, Allgemeine Plakatgesellschaft AG, ist das führende Aussenwerbeunternehmen der Schweiz. Spezialisiert auf digitale und analoge Plakatangebote an stark frequentierten Standorten auf der Strasse, in Bahnhöfen sowie in Shoppingcentern und am Point of Interest deckt APG|SGA zusammen mit ihren ergänzenden Segmentmarken Airport, Mega Poster, Mountain und Traffic alle Bereiche der Aussenwerbung ab und steht für Qualität und Tradition kombiniert mit Innovation. Über 650 Mitarbeitende an 17 Standorten sorgen im Kontakt mit ihren Kunden, den Behörden und der Werbewirtschaft für einen bleibenden Eindruck. Sie pflegen mit grosser Sorgfalt, ökologischer Verantwortung und Präzision die Flächen und Aushänge in der ganzen Schweiz.

Über Clear Channel Outdoor (CCO)

Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (NYSE: CCO) ist ein weltweit führendes Unternehmen für Aussenwerbung, das über sein globales Netzwerk in etwa 30 Ländern auf fünf Kontinenten mehr als eine halbe Milliarde Menschen pro Monat erreicht. Clear Channel Outdoor widmet sich der Aufgabe, inspirierende und innovative Aussenwerbe-Lösungen zu entwerfen. Dabei arbeitet das Unternehmen mit der Werbewirtschaft zusammen und bringt stichhaltiges Zielgruppenwissen ein, das den Marken einen effizienten Kontakt zu den Konsumenten vermittelt, wenn sich diese im Freien aufhalten. Clear Channel Outdoor leistet auch Pionierarbeit in der Integration von Out of Home-Plattformen und digitaler Technik, inklusive Smartphone-Technologien und sozialen Netzwerken, die das Markenbewusstsein fördert und den Konsumenten Emotionen und Kaufimpulse vermittelt.

Mit einem Bestand von mehr als 760'000 Werbeflächen in traditionellen und digitalen Formaten auf der Strasse, in der Stadt sowie in Transit-Bereichen und an Flughäfen, auf Stadtmobiliar und in einzelhandelsnahen Point-of-Sale-Bereichen verfügt Clear Channel Outdoor über eines der am schnellsten wachsenden digitalen Out of Home-Netzwerke überhaupt und betreibt über 5'300 Bildschirme in 19 Ländern weltweit. In den Vereinigten Staaten ist Clear Channel Outdoor in 48 der als «Top 50» eingestuften Marktbereiche vertreten.

Über Exterion Media

Exterion Media ist ein führendes Out-of-Home-Werbeunternehmen. Sein Kerngeschäft erfasst und liefert wertvolle Zielgruppen für Werbekunden durch eine Vielzahl von Formaten und Umgebungen, darunter Transport, Reklametafeln, Strassenausstattung und Einzelhandel. Exterion Media ist auch eines der führenden Unternehmen für digitale Out-of-Home-Werbung (Aussenwerbung).

Exterion Media ist Eigentum von Platinum Equity, einer führenden Private-Equity-Firma, die auf Fusionen, Erwerbungen und operative Geschäfte spezialisiert ist.

Über JCDecaux

JCDecaux, die Nummer eins der Aussenwerbung weltweit, ist in mehr als 60 Ländern und 3'700 Städten mit jeweils mehr als 10'000 Einwohnern tätig. Alles begann 1964 mit einer einfachen Idee: Städte erhalten kostenfreie Stadtmöbel im Austausch für Werberechte an Premiumstandorten. Die Produkte von JCDecaux sind seit 50 Jahren der Massstab für Qualität, Ästhetik und Funktionalität. Dank der Expertise ihrer Mitarbeiter wird die Qualität der Serviceleistungen der JCDecaux-Gruppe – besonders in den Bereichen Wartung und Reinigung – von Städten, Flughäfen und Verkehrsgesellschaften sowie Werbungtreibenden auf der ganzen Welt geschätzt.

Diese, JCDecaux prägende Ästhetik und Qualität hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren auf digitale Werbeflächen übertragen. Heute betreibt die Gesellschaft mehr als 40'000 digitale Premium-Werbeflächen an bedeutsamen Standorten in 24 Ländern: An Flughäfen, im öffentlichen Nahverkehr, bei der Bahn, in Shopping Centern und entlang von Strassen.

Medienkontakte

APG|SGA

Medienstelle
Giesshübelstrasse 4
8045 Zürich
Schweiz
T +41 58 220 70 71
E media@apgsga.ch
www.apgsga.ch

Clear Channel Schweiz AG

Anne-Catherine Rüegg Neuhaus
Beckenhofstrasse 6
8042 Zürich
Schweiz
D +41 58 455 55 62
M +41 79 597 22 24
E anne-catherine.rueegg@clearchannel.ch
clearchannel.ch

Exterion Media

Ollie Stewart / Cathy Donald
Brands2Life
111 Buckingham Palace Road
London
SW1W 0SR
T +44 (0) 20 7592 1200
E exterionmedia@brands2life.com

JCDecaux

c/o Wall AG
Michael Wehran
+49 (0) 30 33899140
E michael.wehran@wall.de