

# Outdoor Server Austria: 2020 Aufbruch in eine neue Ära

Wien, im September 2019

Seit Jänner 2013 steht der Outdoor Server Austria, kurz OSA, als Mess- und Analysesystem der österreichischen Außenwerbung zur Verfügung. Ab dem nächsten Jahr wird die Reichweitenstudie von der R&C Plakاتفorschung und -kontrolle Ges.m.b.H. als neutraler Dienstleister aller Marktakteure auf ein höheres Level gebracht. OSA erfindet sich neu und kann Anbietern, Mediaplanern und Kunden mit dem Neustart präzise Daten in noch nie dagewesener Granularität und Aktualität zur Verfügung stellen.

## Was ist neu am Outdoor Server Austria?

Für österreichische aber auch für internationale Marktteilnehmer ist es weiterhin wichtig, valide, aktuelle sowie medial und international vergleichbare Marktforschungsdaten für OOH Werbeträger zu nutzen. Der neue OSA bietet neben Leistungswerten der klassischen analogen Werbeträger Plakat, City Lights sowie Rolling Boards/Poster Lights und Großflächen nun auch Daten für Digitale Out-of-Home Medien (DOoH) und in näherer Zukunft auch für Verkehrsmittelwerbung an.

Die Hinzunahme weiterer Datenquellen, der Einsatz neuester Technologien und ein neues Verfahren zur Reichweitenermittlung ermöglichen die Planung und Analyse von Kampagnen in verschiedenen Regionen - bis hin zu den Politischen Bezirken.

Der neue OSA bleibt weiterhin die Basis für Buchungen und Preisermittlung, aber auch für die Erfolgskontrolle und den Erfüllungsgrad einzelner Kampagnen. Wie gewohnt liefert er für jegliche Außenwerbekampagne detaillierte Brutto- und Netto-Reichweiten und weitere Medialeistungswerte.

In Kombination mit einer erweiterten Zielgruppenauswahl können Kampagnen nach Regionen und Saisonalitäten noch detaillierter analysiert und bewertet werden. Die Berücksichtigung der Sichtbarkeit eines jeden analogen und digitalen Werbeträgers führt zur Ermittlung der tatsächlich generierten Kontakte einer Kampagne – und nicht nur zu deren Kontaktchance. Dies macht den OSA auch zukünftig zu einer der härtesten Währungen im intra- und intermedialen Vergleich, aber auch mit Blick auf andere Länder.

Dieser transparente Leistungsnachweis wird auch für Mix-Kampagnen geliefert, so beispielweise für eine kombinierte City Light- und DOoH-Buchung.

## Wie sehen die umfangreichen Updates und Erweiterungen aus?

OSA generiert seine Daten aus mehreren Teiluntersuchungen, welche laufend evaluiert und punktuell aktualisiert wurden. Die Teilstudien werden nun einer großen Erweiterung unterzogen.

- Das zugrundeliegende **Kartenmaterial** wird auf den aktuellsten Stand gebracht. Neue Straßen sowie Teilabschnitte werden hinzugefügt und alte upgedatet, Durchschnittsgeschwindigkeiten werden an den aktuellen Verkehr angepasst, Radfahrer und ausländische Verkehrsteilnehmer mit einbezogen. Die Werbeträger werden in dieser Karte mittels GPS-Koordinaten exakt verortet.
- Die neu erstellte **Frequenzlandschaft** - eine Art Atlas, in dem das Verkehrsaufkommen aus PKW- und öffentlichen Verkehr sowie der Fußgänger/Radfahrer für knapp 1,4 Millionen Straßenabschnitte dargestellt wird – wird mittels Mobilfunkdaten ergänzt und angereichert. So können aktuelle Veränderungen des Verkehrs zeitnah Berücksichtigung finden, weiters können Aussagen zur Soziodemographie der Verkehrsteilnehmer getätigt werden. Vor dem Hintergrund der Bedeutung sowohl der ausländischen Touristen als auch der grenzüberschreitenden Pendler in vielen österreichischen Regionen werden diese Informationen beigelegt.
- Das **Mobilitätsverhalten** der Menschen wird durch ein Update und die Ergänzung bestehender Studien untersucht. Dabei werden GPS-Tracking-Geräte herangezogen, die von den Respondenten über 14 Tage mitgeführt werden. Durch neuartige Messsensoren ist es möglich, auch Indoor-Bewegungen zu erkennen, so zum Beispiel in U-Bahn-Stationen oder innerhalb von Einkaufszentren.  
Mittels eines Geräte-unabhängigen Tools werden die Wegstrecken des gestrigen Tages für weitere Respondenten ermittelt. Dieses Tool kann entweder vom Interviewten selbst (CAPI-Interview; auch am Smart Phone möglich) oder über eine Telefonbefragung (CATI-Interview) genutzt werden. Die erste große Welle erfolgt in den nächsten Monaten, anschließend ist eine kontinuierliche, d.h. rollierende Studie vorgesehen.
- Auch zukünftig wird für die **Ermittlung der Sichtbarkeit** die international anerkannte und genutzte POSTAR-/Route-Studie herangezogen. Für Digitale

Medien werden jüngst veröffentlichte internationale Sichtbarkeitsstudien als Bewertungsbasis integriert und bilden so die Grundlage für detaillierte Basiskontakte sowohl für analoge, als auch für digitale Werbeträger.

Frequenzlandschaft, Mobilitätsstudie und Werbeträger-Klassifizierung fließen seit jeher in ein Daten-System ein, welches als Basis für das neue Reichweitenmodell dient. Dieser neue, in ähnlicher Form auch in Deutschland verwendete Ansatz wurde in umfangreichen Test- und Pilotstudien kritisch geprüft und auch als für die österreichischen Marktgegebenheiten geeignet eingestuft.

#### **Zitat Franz Solta, CEO GEWISTA:**

Der neue Outdoor Server ist ein hochqualifiziertes und runderneueres Mess- und Analysesystem für alle Out-of-Home Medien. Es freut uns sehr, dass nun auch präzise Daten für die Digitale OoH-Medien und dann auch für die Verkehrsmittelwerbung vorliegen werden, da somit das gesamte Portfolio der Gewista abgebildet wird. Somit entsprechen wir den aktuellsten Anforderungen unserer Kunden und können auch auf internationaler Ebene dringend erwartete Daten liefern.

#### **Zitat Brigitte Ecker, CEO EPAMEDIA:**

Wir stellen ein neues State-of-the-Art Marktforschungsprojekt auf die Beine, indem wir mit internationalen Experten mit langjähriger Erfahrung in anderen europäischen Märkten zusammenarbeiten - und gleichzeitig neue Erkenntnisse und Datenquellen einfließen lassen. Die Bedienbarkeit, die Aktualität und die Granularität des OSA werden daher nachhaltig erhöht. Neben präzisen Aussagen über die Leistungsfähigkeit nationaler Außenwerbekampagnen wird der neue OSA auch solche Daten bereitstellen, die die hohen Ambitionen regionaler Kunden unterstützen - indem wir sagen können, in welchen Regionen welche Kunden wie oft erreicht werden.

#### **Zitat Markus Bickert, COO R&C:**

Die Erweiterung des OSA erlaubt es uns, nun für das gesamte Portfolio der österreichischen Außenwerbung umfangreiche Leistungswerte anzubieten. Es ist sehr spannend zu sehen, wie neue Daten und Technologien es erlauben, die Granularität unserer Daten um ein Vielfaches zu erhöhen. Das

Untersuchungsdesign ist so angelegt, dass wir auch zukünftig weitere Datenquellen integrieren können.

### Über R&C Plakatforschung:

Die R&C Plakatforschung und -kontrolle Ges.m.b.H. ist eine auf Marktforschung spezialisierte Tochterfirma von EPAMEDIA und GEWISTA, den heimischen Out-of-Home Marktführern. Die Geschäftsführung unterliegt Ing. Hansjörg Hosp, COO Gewista und Ing. Mag. Alexander Labschütz, CEO EPAMEDIA. Mit der Entwicklung und dem laufenden Betrieb sowie der nunmehrigen umfangreichen Erweiterung des Outdoor-Server Austria ist seit 2008 Dipl. Geogr. Markus Bickert betraut.

Der R&C steht ein aus Vertretern der wichtigsten österreichischen Mediaagenturen gebildeter Beirat als unabhängiger und fachlicher Ratgeber zur Seite.

Neben Gewista und EPAMEDIA werden auch andere namhafte Außenwerbeunternehmen ihre Daten, so wie bereits in OSA, dem gesamten Markt zur Verfügung stellen. Dies gewährleistet auch in Zukunft umfassende Planungs- und Analyseoptionen in allen Bundesländern und Regionen.

Kontakt:

Dipl.-Geogr. Markus Bickert, COO

R&C Plakatforschung und -kontrolle Ges.m.b.H., Tel.: 01/79597-476,

E-Mail: markus.bickert@rundc.at

Christian Brandt-Di Maio, Corporate Communications Manager Gewista,

Tel.: 01/79597-450,

E-Mail: Christian.Brandt-DiMaio@gewista.at

Mag. Ines Herndl-Stallnig, Marketing Manager EPAMEDIA,

Tel.: 01/53407-1960,

E-Mail: ines.herndl-stallnig@epamedia.at