

EPAMEDIA UND GEWISTA ZIEHEN AN EINEM STRANG

NEUE MARKTFORSCHUNGSMETHODE SCHAFFT TRANSPARENZ

(Wien, 14. November 2008) EPAMEDIA und GEWISTA beschreiten gemeinsame Wege. Die Marktforschung für Außenwerbung wird von den beiden großen Playern des heimischen Marktes auf neue Beine gestellt. Aus diesem Grund wurde von EPAMEDIA und GEWISTA eine gemeinsame Tochtergesellschaft, die R&C (Research & Controlling) umstrukturiert. Die Geschäftsführer der R&C sind EPAMEDIA-COO Markus Schuster und GEWISTA-COO Hansjörg Hosp. Der Leiter des neuen Forschungsprojektes ist Markus Bickert.

Meilenstein der österreichischen Außenwerbung

„Die neue gemeinsame Marktforschung ist ein Meilenstein in der Geschichte der österreichischen Außenwerbung. Die zwei größten und einflussreichsten Player setzen damit neue internationale Standards. In einer globalisierten Wirtschaft ist es wichtig, Marktforschungsdaten für Out-of-Home-Werbeträger zur Verfügung zu stellen, die international vergleichbar sind. Der Stellenwert von Werbung im öffentlichen Raum wird in einer immer mobiler werdenden Welt weiter wachsen, da muss die Marktforschung Schritt halten und sich mit entwickeln. In wirtschaftlich immer schwieriger werdenden Zeiten hat die Out-of-Home-Werbung aufgrund ihrer optimalen Kosten-Nutzen-Relation gute Wachstumschancen. Wir blicken optimistisch ins nächste Jahr“, erklärt GEWISTA-Chef Karl Javurek. Die GEWISTA-Mutter, der JCDecaux-Konzern, ist international auf dem Gebiet der Marktforschung führend. Vorbilder für die neue Marktforschungsmethode gibt es bereits in Deutschland, der Schweiz, Großbritannien und Skandinavien.

Neues Projekt steigert Stellenwert von Plakat & Co

„Dieses Projekt wird den Kommunikationswert von Public Space Advertising oder einer Plakatkampagne in einer Präzision und Qualität messen, die zumindest den bisherigen Forschungsmodellen von TV sowie Online entspricht und genauer als die Media-Analyse sein wird. Es übertrifft alles an bisherigen Analysen. Damit wird der Stellenwert der Außenwerbung in Österreich deutlich gesteigert“, hebt EPAMEDIA-Chef Heinrich Schuster hervor. Aufgrund der Internationalisierung der Werbewirtschaft sei dies ein Gebot der Stunde. „Daher wird EPAMEDIA in den zahlreichen Ländern Osteuropas, in denen wir präsent sind, bestrebt sein, ähnliche Modelle zu etablieren. Dabei wird die heimische Erfahrung sehr hilfreich sein“, so Heinrich Schuster.

Valide Daten für Mediaagenturen

Das Tochterunternehmen R&C wird künftig transparente und valide Daten für die Mediaagenturen und Werbekunden zur Verfügung stellen. Dies wird mittels neuer Marktforschungsmethode möglich. Anstatt der bisher üblichen Befragungen wird die Reichweite der Werbeträger per GPS gemessen. „Mit der neuen Marktforschung von GEWISTA und EPAMEDIA wird die Grundlage geschaffen, quantitative Daten nicht mehr wie bisher durch Befragung, sondern auf Basis internationaler Standards elektronisch gemessen zu generieren. Mit diesen Leistungswerten lassen sich Kampagnen zielgruppengenaue planen und hinsichtlich der intermedialen Vergleichbarkeit auch leichter darstellen. Damit wird Out-of-Home-Werbung in Österreich eine Datenqualität im intra- und intermedialen Vergleich liefern, welche

national aber auch international den höchsten Anforderungen entsprechen wird“, Hansjörg Hosp, COO GEWISTA.

Konkret werden in einer ersten Phase von Marktforschungsinstituten Probanden ausgewählt und mit einem GPS-Gerät ausgestattet, das jede Bewegung aufzeichnet. Zudem sind alle Werbeträger in einer Art Atlas festgehalten. Zur Ermittlung der Plakatreichweite werden die Wege der Probanden mit dem Werbeträgeratlas abgeglichen. Aus den Messungen ist somit transparent abzulesen, wer, wann und wie oft eine Werbefläche passiert hat. Dank exakter Kontaktdaten kann in Zukunft erstmals zwischen Brutto- und Nettoreichweite der Außenwerbeflächen unterschieden werden. Damit ergibt sich eine stark verbesserte Entscheidungsgrundlage für Werbekunden, die ihre Kampagnen – gegebenenfalls auch crossmedial – auf Basis exakter Detaildaten planen können.

Neue Transparenz wird Erfolge bringen

Bei der neuen Methode werden Kontaktchancen eruiert. „Erstmals sind wir in der Lage, gemessene Daten über die Rezipienten unseren Kunden und der Werbebranche zur Verfügung zu stellen. In die Messung fließen sozioökonomische und demographische Parameter ein. Diese neue Transparenz bringt Erfolg. Die Erhebungen werden laufend durchgeführt. Wir sind damit anderen Werbeformen einen Schritt voraus und bieten unseren Kunden eine neue Arbeitsgrundlage“, erörtert EPAMEDIA-COO Markus Schuster. Für die Außenwerbekonzerne erwartet er sich eine höhere Attraktivität der jeweiligen Medien und nachhaltige Umsatzsteigerungen. Für Markus Schuster steht fest, dass damit die Außenwerbung im Niveau der Mediaforschung mit TV und Onlinewerbung vergleichbar und anderen Mediengattungen haushoch überlegen sein wird: „Wir liefern ab sofort dieselbe Datenqualität und können im Wettbewerb mithalten. Wir haben mit den Marktforschungsergebnissen eine harte Währung für die Außenwerbung, mit der wir handeln können.“

Rückfragehinweise:

Veronika Gasser

Head of Communications & Public Affairs

EPAMEDIA — EUROPÄISCHE PLAKAT- UND AUSSEN MEDIEN GMBH

Hoher Markt 12, 1010 Wien

TEL: +43/1/534 07-1020

MOBIL: +43/664/846 33 00

veronika.gasser@epamedia.at

www.epamedia.at

Angela Regner

Corporate Communications Manager

GEWISTA Werbegesellschaft m. b. H.

Litfaßstraße 6

1030 Wien

Telefon (+43 1) 79 5 97-622

Mobile (+43 664) 816 52 80

E-mail: regner@gewista.at

www.gewista.at