

Medienmitteilung

Studie „DOOH Audience Measurement“ erreicht hohe Resonanz

4. November 2015

Lukas Häusermann
Marketing & Communications
GfK Switzerland AG
T +41 41 632 91 19
lukas.haeusermann@gfk.com

Bettina Hoffmann
Business Unit Manager
CC Audience Measurement
GfK Switzerland AG
+41 41 632 93 10
bettina.hoffmann@gfk.com

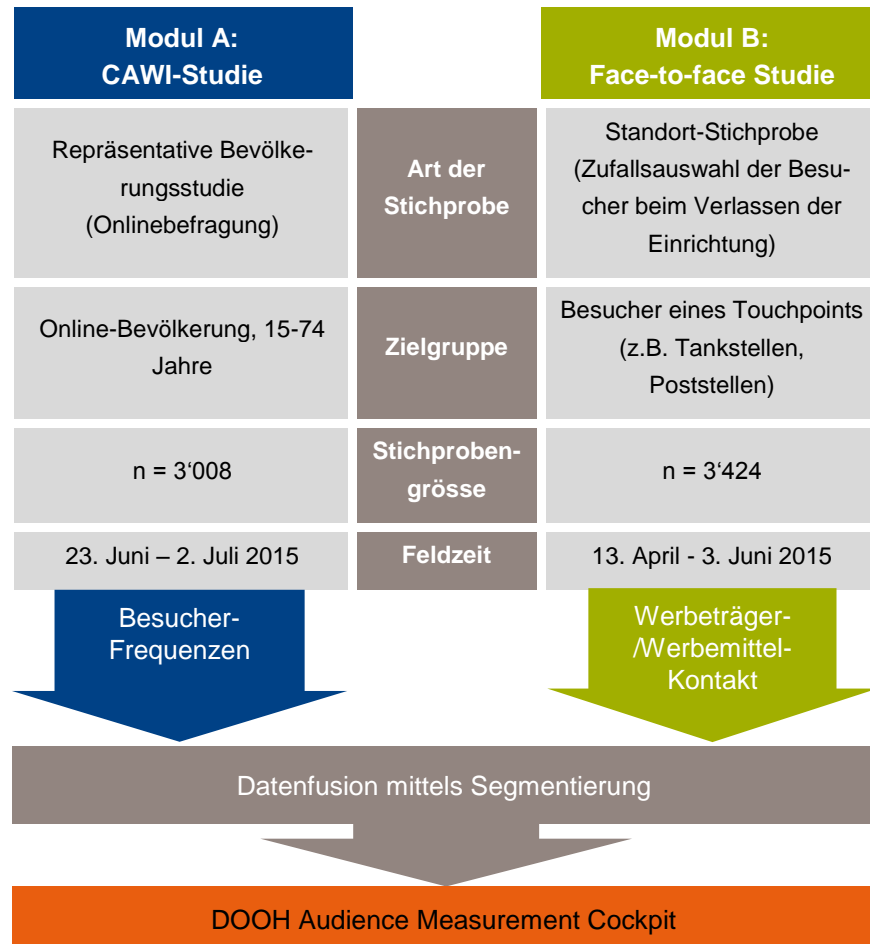
Hergiswil, 4. November 2015 – Die GfK Switzerland hat am 30. September 2015 die erste Studie zur Reichweitenmessung von Digital out of Home (DOOH) in der Schweiz vorgestellt. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung der OOH Industrie und bisher fehlender Leistungswerte erfüllt „DOOH Audience Measurement“ ein echtes Bedürfnis für die Werbebranche. „DOOH Audience Measurement“ liefert für Unternehmen und Vermarkter die relevanten KPI's und ermöglicht eine effiziente Planung des Werbeeinsatzes.

Im Auftrag der Schweizer Organisation der Digitalen Aussenwerbung, der IG DOOH, wurde die Studie von GfK Switzerland, der Europäischen Dachorganisation der digitalen Aussenwerber (OVAB), Mazda und der Mediaagentur Mindshare realisiert. Für 6 Touchpoints (Zapfsäulen, Shops, Poststellen, Malls, Fachmärkte und öffentliche Verkehrsmittel) wurden analog der GfK DOOH-Währungsstudie in Deutschland mittels eines komplexen Studiendesigns die relevanten KPIs Reichweite, Kontakte, OTS und GRP für Werbeträger und Werbemittel sowie alle wichtigen Zielgruppeninformationen erhoben (Studiendesign siehe Kasten).

Die teilnehmenden Netze waren Amscreen BP, Amscreen Socar, Canal Poste, Mediamarkt TV, melectronics TV, Migrol, migrolino, Neo Malls, Tamoil sowie TPG Pub. Die Resultate der Studie liefern detaillierte Planungsgrundlagen für Vermarkter, Agenturen sowie Werbetreibende und ermöglichen die Optimierung der DOOH-Angebote.

GfK Switzerland AG
Obermattweg 9
6052 Hergiswil
Schweiz

Tel. +41 41 632 91 11
Fax +41 41 632 91 23



Positives Echo

„Die DOOH-Studie kombiniert eine breite, empirische Basis aus validen, repräsentativ erhobenen Daten mit den relevanten leistungswertbeschreibenden Parametern der in der Schweiz buchbaren Digitalen Netze so, dass eine flexible, moderne und detaillierte Planung des Werbeeinsatzes in den Dimensionen Reichweite, Kontakte, OTS und GRP auf ihnen möglich wird“, erläutert Bettina Hoffmann, Business Unit Manager Audience Measurement der GfK. „Durch die elegante Verknüpfung von Empirie und Netzkennwerten ist es auch in der Zukunft möglich, veränderte und erweiterte Netzkonfigurationen in den Fundus der Studie zu übernehmen. Mit dieser Verknüpfung kann insbesondere die Dynamik der elektronischen OOH Werbung, die in der Zukunft zu erwarten ist, adäquat und zeitnah abgebildet werden.“

Fredy Grau, Präsident IG DOOH, ist davon überzeugt, dass sich DOOH mit dieser Studie dem Werbemarkt in einer schon lange nachgefragten (Transparenz-)Qualität bezüglich Reichweite, Nutzung und Effizienz erschliesst.

Auch Svetlana Savatic, Manager Client Leadership bei Mindshare, bestätigt dass die gewonnenen Erkenntnisse ihnen und den Kunden helfen, zukünftige Kampagnen zu optimieren. Schlussendlich bringt es Christian Vaglio-Giors von Neoadvertising auf den Punkt: „„DOOH Audience Measurement“ trägt dazu bei, dass die OOH Werbemittel in eine neue Ära transportiert werden.“

In die Studie können laufend neue Netze aufgenommen werden. Zudem ist vorgesehen, die Studie auch regelmässig zu aktualisieren.

GfK Switzerland AG

GfK Switzerland ist das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13'000 Experten weltweit vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mit Hilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus grossen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.