

«Wege zur Anbieter-übergreifenden Vergleichbarkeit in der DOOH-Forschung»



Die IAB Switzerland, IGEM und IG DOOH präsentieren aktuelle Anforderungen an die Forschung für Digital Out-of-Home

Am Event in Zürich zeigten verschiedene Referate die aktuellen Anforderungen und Innovationen für die Forschung für die digitale Aussenwerbung auf. Ein Podium diskutierte die Entwicklungen von Digital Out-of-Home (DOOH) und die Ansprüche des Werbemarktes für die Zukunft.

Marc Goetti von der IG DOOH begrüßte zum ausgebuchten Event, der gemeinsam von der IAB Switzerland, IGEM (Interessengemeinschaft elektronische Medien) und IG DOOH organisiert und vom SWA (Schweizer Werbeauftraggeberverband) und LSA (Leading Swiss Agencies) mitgetragen wurde.

Beat Krebs vom LSA gab einen Überblick über die aktuelle Situation mit verschiedenen OOH-/DOOH-Forschungen auf dem Markt und stellte den Wunsch und die Bestrebungen der Branche vor, dies zu vereinheitlichen und zu optimieren.

Felix H. Mende von SPR+ stellte den aktuellen Stand des SPR+ Expert vor. Er hob insbesondere die Granularität bei der Planung von anbieterübergreifenden DOOH/OOH Kampagnen in Bezug auf individuelle Zielgebiete, Zielgruppen und Zeitschienen hervor, unabhängig davon, ob diese klassisch oder programmatisch gebucht werden.

Beat Fischer von intervista gab Einblick in eine Smartphone-basierte Messlösung, mit welcher tagtäglich seit 2018 sehr präzise Mobilitätsdaten in der Schweiz erhoben werden. Mit der Methodik kann die Reichweite von OOH/DOOH-Werbeflächen in allen Umfeldern (Outdoor, Indoor und in öffentlichen Verkehrsmitteln) gemessen und analysiert werden.

Helen Seligmann (Mediaschneider) und **Christian-Kumar Meier** (mediatonic) schilderten den Ablauf einer Aussenwerbekampagne und die Einsatzbereiche der Plakاتفorschung bei der Planung und Buchung. Dabei betonten sie die Wichtigkeit einer unabhängigen und zukunftsfähigen Forschung, die neben Saisonalitäten auch den steigenden Bedarf nach Leistungsnachweisen abdeckt.

Auf dem Podium unter der Leitung von **Marc Goetti** (IG DOOH) diskutierten **Oliver Schönfeld** (TWmedia), **Beat Holenstein** (APG|SGA), **Christoph Marty** (Goldbach Group), **Adriano Betti** (Livesystems) und **Christian Hermle** (AMAG Group). Im Zentrum der Diskussion standen die nächsten Schritte für eine umfassende Forschung und Aspekte für eine breitere Abstützung der Marktwährung. Christian Hermle betonte den zentralen Wunsch der Werbeauftraggeber nach Netto-Reichweitendaten über alle Anbieter und Formate – digital und analog – sowie stärkerer Unabhängigkeit der Forschung möglichst durch eine Integration der Verbände und von weiteren Aussenwerbeanbietern. Die Podiumsteilnehmer – allen voran Beat Holenstein, Christoph Marty und Adriano Betti – bestätigten die Nachvollziehbarkeit dieser Marktanforderungen und signalisierten hohe Bereitschaft, gemeinsam mit den Verbänden an einem Tisch konkrete Anforderungen und deren Machbarkeit zu eruieren. Man darf gespannt sein!

Siri Fischer von der IGEM fasst zusammen: «Der gut besuchte Event zeigt die steigende Relevanz von digitaler Aussenwerbung. Die IGEM unterstützt das Anliegen nach übergreifenden und saisonalen Daten, die unabhängig erhoben und möglichst in einem Planungstool zugänglich gemacht werden. Entsprechend werden wir dieses Thema weiter vorantreiben.»

Urs Flückiger von der IAB Switzerland meinte abschliessend: «Die Grenzen zwischen Digital Out-of-Home (DOOH) und Online-Werbung verschwimmen zunehmend. DOOH entwickelt sich auch zu einem integralen Bestandteil einer ganzheitlichen "Video Everywhere"-Strategie, die TV- und Videowerbung in den öffentlichen Raum erweitert. IAB wird daher auch 2025 mit verschiedenen Massnahmen die Unterstützung für die Gattung intensivieren.»



«Wege zur Anbieter-übergreifenden Vergleichbarkeit in der DOOH-Forschung»



Bilder © Oskar Moyano Photography:

1. Welcome (v.l.n.r.): Marc Goetti (IG DOOH), Martin Radelfinger (IAB Switzerland), Stephan Küng (IGEM)
2. Referent:innen und Organisator:innen des Events (v.l.n.r.): Marc Goetti (IG DOOH), Beat Krebs (LSA), Adriano Beti (Livesystems), Beat Holenstein (APG|SGA), Christian Hermle (AMAG Group), Helen Seligmann (Mediaschneider), Christoph Marty (Goldbach Group), Oliver Schönfeld (TWmedia), Stephan Küng (IGEM), Siri Fischer (IGEM), Beat Fischer (intervista), Felix Mende (SPR+), Urs Flückiger (IAB Switzerland), Martin Radelfinger (IAB Switzerland), Christian-Kumar Meier (mediatonic)
3. Podium (v.l.n.r.): Marc Goetti (IG DOOH), Adriano Beti (Livesystems), Beat Holenstein (APG|SGA), Christian Hermle (AMAG Group), Christoph Marty (Goldbach Group), Oliver Schönfeld (TWmedia)
4. Referent: Beat Krebs (LSA)
5. Referent:innen (v.l.n.r.): Marc Goetti (IG DOOH), Helen Seligmann (Mediaschneider), Christian-Kumar Meier (mediatonic)
6. Referent:innen (v.l.n.r.): Marc Goetti (IG DOOH), Beat Fischer (intervista), Felix Mende (SPR+)
7. Event DOOH-Forschung, Restaurant Razzia, Zürich

Über die IGEN Interessengemeinschaft elektronische Medien

Die IGEN Interessengemeinschaft elektronische Medien setzt sich für die Vielfalt und Transparenz der elektronischen Medien in der Schweiz ein. Mit ihrer jährlichen Studie Digimonitor liefert die IGEN repräsentative Informationen zur Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz. Über ihre Mitgliedsfirmen deckt die IGEN die ganze Wertschöpfungskette in den elektronischen Medien TV, Radio, Kino, Online, Video, Audio, Teletext und Digital Out-of-home ab. Die Schwerpunkte der IGEN liegen in der Forschung für alle elektronischen Medien. Die IGEN befasst sich intensiv mit der Digitalisierung und bietet praxisnahe Events und Weiterbildungen. Mehr Infos auf www.igem.ch

Kontakt: Siri Fischer, Geschäftsführerin IGEN, info@igem.ch, Tel: +41 44 242 23 12