

Medienmitteilung

Livesystems veröffentlicht neue DOOH-Leistungswerte

18.04.2023 – Livesystems liess die Leistungswerte ihres DOOH-Inventars in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut intervista neu bemessen. Die Messung erfolgte über die Smartphone App des repräsentativen Footprints-Panels von intervista. Damit haben die Kund:innen von Livesystems im Planungstool «Inventory Finder» ab sofort Zugang zu noch präziseren Daten zur Reichweite und Leistung aller Werbescreens der Livesystems.

Livesystems hat mit modernster Messmethodik ihre DOOH-Leistungsdaten neu ermittelt. Das Marktforschungsinstitut intervista wurde mit diesem umfangreichen Projekt beauftragt. Die Werbekontakte mit den Bildschirmen von Livesystems werden im Footprints-Panel von intervista gemessen. Dieses Panel umfasst ca. 3'000 Personen, welche die App Footprints Research auf ihren Smartphones installiert haben.

Modernste Messtechnologien im Einsatz

Für die verschiedenen Werbenetzwerke von Livesystems kommen in der App unterschiedliche Messtechnologien zum Einsatz: Kontakte mit Bildschirmen in öffentlichen Verkehrsmitteln und mit City Screens an Strassen und Plätzen werden mit GPS-Tracking und Daten der Bewegungs- und Rotationssensoren des Smartphones genau erfasst. Werbekontakte in Geschäften, an Zapfsäulen oder an mehrstöckigen Objekten wie z.B. Bahnhöfen werden über Beacons, welche in den Bildschirmen von Livesystems integriert sind, registriert.

Die Werbekontakte sind sichtbarkeitsgewichtet. So ist sichergestellt, dass Kriterien, die einen massgeblichen Einfluss auf die Kontaktqualität haben, bei der Berechnung der Kontaktwerte berücksichtigt werden (z.B. Aufenthaltsdauer bei den Bildschirmen, Blickwinkel, Geschwindigkeit bei der Passage).

Der Kundennutzen steht im Vordergrund

Mit dieser präzisen Messung für alle Netzwerke verfügt Livesystems über in der Schweiz einzigartige Daten zur Leistung ihres gesamten Inventars. Mit der hohen Datenqualität und Detailgenauigkeit schafft das Unternehmen für seine Kund:innen die nötige Transparenz, die eine professionelle und zielführende DOOH-Medienplanung sicherstellt.

«Wir stellen unseren Kunden verlässliche und glaubwürdige Daten für die Kampagnenplanung zur Verfügung, die dem vielfältigen Medium DOOH gerecht werden», erklärt Yves Kilchenmann, Co-CEO Livesystems. «Dank der genauen Messung und Sichtbarkeitsgewichtung, welche sich an internationalen Branchenstandards orientiert, können nicht mehr nur potenzielle, sondern neu auch effektive Kontakte angegeben werden», erläutert Beat Fischer, Mitglied der Geschäftsleitung bei intervista.

Das Planungstool Inventory Finder bildet die neuen Leistungswerte ab

Die Daten der Messung sind ab sofort im Planungstool der Livesystems, dem «Inventory Finder», kostenlos und ohne Lizenz zugänglich.

«Wir erwarten eine Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit und eine Erhöhung der Planungseffizienz. Das Tool wertet auf Kampagnenbasis die relevanten Plandaten aus. Unter anderem werden Werte wie die Bruttokontakte und die Nettoreichweite, die Reichweitenentwicklung sowie OTS und auch der GRP ausgegeben. Sowohl der Kampagnenzeitraum als auch der Werbedruck können individuell eingestellt werden. Zudem erlauben es die neuen Leistungswerte, Aussagen zu den demographischen Merkmalen der Zielgruppen zu machen», fährt Kilchenmann fort.

Die Daten werden halbjährlich, jeweils im Frühling und Herbst, aktualisiert. Das gewährleistet, dass die Leistungswerte stets aktuell bleiben und der fortlaufende Ausbau des DOOH-Inventars von Livesystems abgebildet wird.

Für Rückfragen bei Livesystems
Mirjam Tschachtli, Head of Communications
media@livesystems.ch