

Medienmitteilung

Livesystems setzt mit Einführung der Saisonalität neue Standards in der digitalen Aussenwerbung

**05.06.2024 – Livesystems optimiert die Planung digitaler Aussenwerbung in der Schweiz durch die Einführung einer Ganzjahresmessung, die die Bewegungsmuster der Bevölkerung je nach Saison berücksichtigt. Dies ermöglicht eine deutlich präzisere und kundenorientierte Aussteuerung von Werbekampagnen im DOOH-Bereich. Gleichzeitig wird das gesamte Inventar von Livesystems ab sofort auch programmatisch buchbar. Damit schafft Livesystems das aktuell grösste programmatisch buchbare DOOH-Netzwerk der Schweiz.**

Erstmals in der Branche berücksichtigt Livesystems die saisonalen Schwankungen, die das Verhalten der Menschen in der Schweiz abbilden – sei es Skifahren im Winter, Wandern im Frühling und Herbst oder beim Einkaufsbummel in den Städten zur Vorweihnachtszeit. Diese Faktoren stehen Werbetreibenden bei Livesystems nun für ihre Planung zur Verfügung, um den optimalen Kampagnenzeitraum und das passende Produkt für ihre Zielgruppe auszuwählen.

Um diesen Ansatz zu ermöglichen hat Livesystems in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut intervista die Frequenz der Datenerhebung stark erhöht. Anstelle von zwei Messzeitpunkten pro Jahr erfolgt neu eine kontinuierlich Ganzjahresmessung. Diese Umstellung ermöglicht eine detailliertere und dynamischere Kampagnenplanung und bildet die Grundlage für die Darstellung von Saisonalitäten. Zudem wurde das Mobilitätspanel per 1. Januar 2024 von 3'000 auf 4'000 Personen erhöht, die tagtäglich gemessen werden.

#### Wochenbasierte Planung als neue Dimension

Durch die erhöhte Granularität in der Datenerhebung können Werbetreibende nun Bewegungsmuster bis auf die Ebene von einzelnen Kalenderwochen herunterbrechen und in ihre Kampagnenplanung integrieren, was eine realistischere Abbildung der Kontakte und Reichweiten bietet. In diesem Zug wird auch das Preismodell harmonisiert: Alle Produkte basieren auf einem TKP-Modell, welches sich an der gängigen Marktpraxis orientiert. Eine dynamische Preisberechnung berücksichtigt die Saisonalität sowie die Wochentage und bei Bedarf auch ausgewählte Zeitslots. Damit wird sichergestellt, dass Werbekundinnen- und Kunden jeweils nur die Kontakte bezahlen, die sie in der gewählten Zeit auch erreichen. Insgesamt erzielt das Netzwerk von Livesystems über einen Kampagnenzeitraum von 8 Wochen eine Nettoreichweite von 96%.

#### Livesystems als grösster programmatisch buchbarer DOOH-Anbieter

Über die Plattform Broadsign erhalten Werbetreibende und Agenturen Zugang zum gesamten DOOH-Inventar von Livesystems. Damit können Kampagnen in Echtzeit und automatisiert gebucht und ausgespielt werden. Mit über 13'000 programmatisch buchbaren Screens in mehr als 1'700 Zonen bietet Livesystems das grösste programmatisch buchbare DOOH-Netzwerk der Schweiz: In nur einer Woche können so über 27 Millionen Bruttokontakte und eine Nettoreichweite von 58% generiert werden. Gleichzeitig wird zum ersten Mal in der Schweiz Moving Media im öffentlichen Verkehr programmatisch buchbar sein.

Für Rückfragen bei Livesystems  
Mirjam Tschachtli, Head of Communications  
[media@livesystems.ch](mailto:media@livesystems.ch)