

EPAMEDIA startet mit IMPACT

Nach einem äußerst erfolgreichen Geschäftsjahr 2017 gibt EPAMEDIA-CEO Brigitte Ecker einen Einblick in die geplanten Aktivitäten des Out-of-Home-Marktführers für 2018 und lässt mit der neu ins Leben gerufenen IMPACT-Studie aufhorchen.

WIEN. Die EPAMEDIA-Chefin blickt auf das Vorjahr zurück und verrät spannende Details zur Top-Innovation „IMPACT“.

medianet: Frau Ecker, wie würden Sie das abgelaufene Jahr aus Sicht der EPAMEDIA beurteilen?

Brigitte Ecker: 2017 war ein äußerst starkes und erfolgreiches Plakatjahr. Das Interesse der Kunden an Sonderinstallationen aufgrund unserer umfassenden Full-Service-Beratung an Dominanzstandorten war enorm; dies spiegelte sich auch in der sehr guten Auftragslage wider. Es zeigt uns vor allem auch, dass traditionelle Medien wie das Plakat trotz digitaler Angebote nach wie vor zu den attraktivsten Werbeformen zählen. Als Unternehmen möchten wir aus diesem Grund weitere Qualitätsschritte setzen und werden unser Plakatnetz an attraktiven Standorten mit LED-Beleuchtungen ausstatten.

In einer ersten Phase sollen österreichweit 100 prominente Standorte im EPAMEDIA-Netz aufgerüstet werden.

Der Umweltgedanke spielte natürlich auch im vergangenen Jahr erneut eine wichtige Rolle – unseren Anspruch als CO₂-neutrales Unternehmen haben wir unter anderem mit der ersten solarbetriebenen Wartehalle der Zukunft in Wien untermauert!

medianet: Sie haben die wichtige Rolle des Plakats erwähnt. Welchen Schwerpunkt setzt EPAMEDIA in diesem Jahr?

Ecker: Wie eben bereits erwähnt, stellt die Qualitätsanhebung der Beleuchtung unserer Plakatstandorte einen Schwerpunkt dar.

Darüber hinaus setzen wir unser Augenmerk auf kreative Son-



EPAMEDIA-CEO Brigitte Ecker startet mit IMPACT in das Jahr 2018.

derinstallationen, die sich dank innovativer Umsetzungen unserer Creative Unit im vergangenen Jahr verdoppelt haben.

Da wir nicht konzerngebunden sind, können wir schnell und kurzfristig agieren, groß und breit denken und Innovationen Raum geben. Diese Flexibilität ermöglicht es uns, neue Maßstäbe in der Branche zu setzen, was Agenturen und Kunden sehr an uns schätzen. Im intensiven wechselseitigen Austausch haben wir festgestellt, dass seitens des Marktes der Wunsch nach einer nachvollziehbaren Wirkung von Kampagnen und des eingesetzten Budgets existiert, die über die bereits bestehenden Leistungswerte wie jene des Outdoor Server Austria (OSA) hinausgehen.

Daher haben wir uns entschlossen, einen IMPACT ins Leben zu rufen, um die Wirkung von Plakatkampagnen auch im internationalen Vergleich auf ein neues Niveau der Messbarkeit zu heben.

medianet: Wie dürfen wir uns die Umsetzung der Studie vorstellen?

Ecker: Seit Jänner werden in einer Testphase die größten nationalen und überregionalen Kampagnen im EPAMEDIA-Netzwerk mithilfe von Online-Interviews hinsichtlich ihrer Leistungswerte wie Recall, Recognition und Impact abgefragt. Die Stichprobe wird nach einem repräsentativen Verteilungsschlüssel nach demografischen Aspekten ausgewählt, was eine österreichweit valide Hochrechnung ermöglicht.

Auf Kundenwunsch können die Daten nach Zielgruppen gefiltert werden; dies ermöglicht ein noch tieferes Eindringen in die Leistungswerte der Außenwerbekampagnen. Nach Abschluss der Testphase ist dann für Kampagnen im März mit den ersten validen Daten zu rechnen.

Bei der Konzeption und Auswertung der Studie werden wir von Mediaforschern und der Fach-

hochschule St. Pölten unterstützt, wir können also auf ein profundes Netzwerk zurückgreifen.

medianet: Gibt es auch eine Prämierung für besonders erfolgreiche Kampagnen?

Ecker: Ja, natürlich. Wir werden monatlich jene Kampagnen, die besonders erfolgreich waren, mit dem IMPACT-Award auszeichnen. Darüber hinaus wird es eine Preisverleihung geben, in der wir den IMPACT des Jahres küren – genauere Details will ich aber heute noch nicht verraten.

Jedenfalls freuen wir uns schon sehr darauf, mit unseren Kunden und Partnern diesen neuen kraftvollen Weg 2018 gemeinsam zu gehen, und ich freue mich schon auf zahlreiche impactstarke Außenwerbekampagnen!