

**Geehrt**

Susanne Koll (Geschäftsführerin OMD), Jörg Pizzera (McDonald's) und Alfred Koblinger (Geschäftsführer BBDO) wurden von Epamedia-CEO Brigitte Ecker zur Preisübergabe geladen

Out of Home-Fan

Epamedia: Für den eifrigen Außenwerber McDonald's gab's kürzlich den „Outstanding Performance Award“.

WIEN. Für sein intensives Engagement im Out-of-Home-Bereich und den damit einhergehenden herausragenden Werten in der Impact-Studie wurde McDonald's der Outstanding Performance Award von Epamedia verliehen.

Recall, Recognition & Impact
Mit Einführung der Impact-Studie setzte Außenwerbe-Spezialist Epamedia zu Jahresbeginn ein kräftiges Ausrufezeichen. Durch die Evaluierung der Werte einer Kampagne im Epamedia-Netz hinsichtlich Recall, Recognition und Impact wurde in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsspezialist Markus Hartl einem seit Längerem gehegtem Wunsch der Branche entsprochen, wie CEO Brigitte Ecker erklärt.

„Der Ruf nach dem, was der Impact jetzt ist, war in der Branche schon länger da. Um das Plakat weiter zu stärken, haben wir den Impact ins Leben gerufen. Nun können wir das Medium Plakat als Trägermedium einer Kampagne mit Werten belegen und somit einen weiteren effektiven Ansatz in der Mediaplanung ins Spiel bringen.“

Dass die Impact-Studie bei den Kunden einen großen Anklang findet, zeigen die letzten Monate. „Wir sind im Jänner mit dem Impact gestartet und prämiieren seit März die Kampagnen unserer Kunden.“

Bisher wurden in etwa 250 Kampagnen getestet, die unsere Erwartungen und die unserer Auftraggeber in jeder Hinsicht erfüllen oder sogar übertreffen“, sagt Ecker. Besonders

hervorzuheben sind die Erinnerungswerte des Systemgastronomieführers McDonald's, der in sämtlichen Monaten mit seinen Kampagnen bei den 750 Probanden eine außergewöhnliche Stellung einnimmt.

Kunden mögen die Studie

„Das Zusammenspiel aus kompetenter Streuplanung, kontinuierlicher Markenpräsenz und gekonnten Kreationen stellt die Erfolgsfaktoren am Außenwerbermarkt dar. Wie die Studienwerte belegen, hat McDonald's diese Komponenten in den vergangenen Jahren nahezu perfektioniert. Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, diese Leistung entsprechend zu würdigen und McDonald's einen Outstanding Performance Award zu verleihen“, so Ecker, die zu

diesem Anlass McDonald's-Marketingleiter Jörg Pizzera zur persönlichen Preisübergabe ins Epamedia-Headquarter lud.

Nahhaltiges Werben

„Außenwerbung ist für uns sehr wichtig. Den kreativen Prozess starten wir oft mit einem Bild. Dann feilen wir gemeinsam mit unserer Agentur an der Botschaft, um die Idee oder das Produkt als aufmerksamkeitsstarkes Plakat umsetzen. Ich denke, wir sind im Out-of-Home-Bereich deshalb so stark, weil wir über die Jahre gelernt haben, ganz präzise ‚the one thing‘, also die Kernbotschaft, punktgenau zu kommunizieren. Das hat dazu geführt, dass wir erfreulicherweise sehr nachhaltige Zahlen erzielen“, so Pizzera.

Dass diese teils außergewöhnlichen Zahlen nun sogar einen Sonderpreis in Form des Impact für eine Outstanding Performance hervorgebracht hat, freut Pizzera besonders: „Dieser Award ist für uns eine besondere Ehre und zeigt, dass wir mit unseren Bestrebungen am Außenwerbermarkt den richtigen Weg eingeschlagen haben.“ (fej)