

» PRESSEMITTEILUNG

Gattungsübergreifende Werbewirkungsplattform startet sehr gut ausgelastet in die Pilotphase

Berlin, 28. September 2015

Heute startet die Pilotphase der von der Organisation der Mediaagenturen (OMG) und der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) initiierten gattungsübergreifenden Werbewirkungsplattform. Die Plattform will den bislang fehlenden gattungsübergreifenden Nachweis der Wirksamkeit von Mediaausgaben erbringen und diese vergleichbar machen.

Auf Basis einer einheitlichen Erhebungsmethode mit einem Kernset von Werbewirkungsparametern bietet die gattungsübergreifende Werbewirkungsplattform flexible Analysemöglichkeiten und kann von allen Werbung treibenden Unternehmen mit Mixed-Media-Kampagnen angewendet werden.

22 Unternehmen haben sich mit 43 Kampagnen für den Testlauf gattungsübergreifenden Werbewirkungsplattform beworben und damit die Erwartungen weit übertroffen.

OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz: „Mit dem voll ausgebuchten Piloten haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht und sehen der Durchführung des Tests optimistisch entgegen. Der Test wird zeigen, dass die gattungsübergreifende Werbewirkungsplattform eine belastbare und effiziente Grundlage für die gattungsübergreifende Bewertung des Mediaeinsatzes bietet. Als konsensueller Marktstandard ist sie Basis für weiterführende Individualforschung.“

Uwe Storch, stellvertretender OWM-Vorsitzender und maßgeblicher Treiber der Initiative: „Dass das Feedback seitens der werbungtreibenden Wirtschaft so positiv ausgefallen ist, spricht sowohl für die Notwendigkeit der Initiative als auch für die Bereitschaft von Medien, Agenturen und Werbungtreibenden, die Herausforderung kooperativ und konstruktiv anzunehmen. Wir sind äußerst gespannt, welche Erkenntnisse wir aus den Ergebnissen ziehen können und sind darauf eingestellt – falls notwendig – an einzelnen Punkten nachzujustieren.“

Während der Pilotphase wird in sechs Wellen à 14 Tagen mit jeweils 800 Fällen bei den sieben Gattungen Fernsehen, Online, Radio, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften, Plakat und Kino die Werbewirkung der eingereichten Kampagnen gattungsübergreifend untersucht. Die Erhebung endet mit der sechsten Welle am 20.12.2015. Mit ersten Ergebnissen ist Anfang 2016 zu rechnen.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsunternehmen in allen relevanten Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und setzt sich für Rahmenbedingungen ein, die es ihren Mitgliedsunternehmen ermöglicht, so

effizient und effektiv wie möglich werben zu können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbands mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen

OWM

Stephanie Beer

Leiterin Kommunikation und Pressesprecherin

Unter den Linden 42

10117 Berlin

Tel: 030. 20 61 68 - 24

Email: s.beer@owm.de