

Über die Grenzen - Schweiz



| FACHKOMMENTAR |

Challenge für die Plakatanbieter

Neue Plakatwährung in der Schweiz erfolgreich etabliert

Das Marketing soll der Forschung folgen und nicht umgekehrt: Nach diesem Grundsatz hat die APG in der Schweiz gegen alle Widerstände eine einheitliche und neutrale Plakatwährung vorangetrieben, entwickelt von der unabhängigen Firma Swiss Poster Research Plus AG. Seit Oktober 2006 steht das Planungsinstrument für die neue Plakatwährung im praktischen Einsatz: SPR+ Expert ist das weltweit erste Tool, das imstande ist, Offerten von unterschiedlichen Plakatanbietern digital einzulesen und zu verwerten. Jetzt können die Werbetreibenden konkrete Offerten von den beiden marktherrschenden Rivalen APG und CCOP einholen, diese im elektronischen Planungstool untereinander abgleichen und optimieren. Von Leistungswerten pro Zielgebiet bis hin zur detaillierten Visualisierung lassen sich so in kürzester Zeit transparente Planauswertungen erstellen. Die Reaktion auf die Lancierung von SPR+ Expert ist überwältigend. Selbst eine konstruktiv-kritische Stimme wie die von Stephan Küng, Managing Director der multinationalen Medienagentur „Initiative Media Western AG“, ist des Lobes voll: „Schon ein kurzer Blick ins Tool

zeigt, dass hier wirklich auf die Bedürfnisse der Mediaplaner eingegangen wurde“, schreibt der Profi im Fachblatt Media Trend Journal. Und weiter: „SPR+ Expert bietet die Möglichkeit, Planungen zu erstellen und zu optimieren mit einer Flexibilität, wie wir sie uns von Planungstools anderer Medien immer noch wünschen“. Anders ausgedrückt: In der Schweiz hat das Plakatmedium bezüglich Planung und Transparenz die anderen Medien bereits überholt. Küng kommt zum Schluss: „Das Planungstool wird begeistert. Es kann davon ausgegangen werden, dass die SPR+-Forschung sowohl von den Agenturen als auch von den Werbeauftraggebern als neue Währung akzeptiert werden wird.“ Jetzt sind die Plakatanbieter ernsthaft gefordert. Denn seit SPR+ Expert im Einsatz ist, herrscht totale Transparenz in der Schweizer Außenwerbung: Für jede bewertbare Plakatstelle des Formates F12 und F200 aus den Datenbanken von APG und COOP kann der entsprechende Kontaktwert bestimmt und direkt mit anderen Stellen verglichen werden. Diese Transparenz wird Auswirkungen für die Produktgestaltung haben. Klar ist schon

jetzt: Wer mit SPR+ Expert das Maximum aus dem Plakatmedium herausholen will, braucht flexible Produkte. Konkret gesagt: Wir Anbieter müssen für unsere Kunden optimal planbare Einzelflächen und Plakatnetze aufbereiten. Die APG ist seit der Lancierung des neuen Planungstools intensiv damit beschäftigt, die Forschungsergebnisse von Swiss Poster Research Plus zu analysieren und ihre Angebotspalette den neuen Erkenntnissen entsprechend zu überarbeiten. Erste Anpassungen werden im Angebot 2008 bereits realisiert sein. Strikt nach dem Prinzip: Marketing follows Research. Und nicht umgekehrt.

Produkte der APG: www.apg.ch

So funktioniert SPR+ Expert:

www.spr-plus.ch



*Christian Kauter,
Bern/Zürich, CEO
Affichage Holding
und APG*