



»OBSERVER« bringt Radio-und TV-Content in Echtzeit â€“ BILD

ID: LCG20064 | 18.02.2020 | Kunde: »OBSERVER« | Ressort: Medien
Ã–sterreich | Medieninformation

Da visuelle und auditive Medien immer weiterentwickelt und intensiver genutzt werden, verbessert die Media-Intelligence-Agentur »OBSERVER« ihre Radio-und TV-Beobachtung.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Observer

Wien (LCG) – Fernsehen und Radio werden in Österreich immer intensiver genutzt und belegen den Trend zum wachsenden Vertrauen des Publikums in etablierte Medien-Marken. Im aktuellen RADIOTEST (2019_4) ist die Hördauer binnen eines Jahres um 18 Minuten auf 201 Minuten pro Tag gestiegen. Laut SCREENFORCE wächst auch die TV-Nutzung konstant: In den aktuellen TELETTEST-Daten für 2019 ist sie auf 196 Minuten pro Tag gestiegen. In den letzten fünf Jahren lag das Wachstum bei beachtlichen 15 Prozent.

Seit Anfang Jänner bringt der Media-Intelligence-Marktführer »OBSERVER« TV-und Radio-Mitschnitte in Echtzeit: Kunden können ihre Mitschnitte in voller Länge und auch in HD-Qualität bekommen.

Alexander Khaelss-Khaelssberg von leisure communications ist langjähriger »OBSERVER«-Kunde, der von Beginn an Radio-und TV-Mitschnitte bestellte. Er zeigt sich von den Verbesserungen und Neuerungen begeistert: „Radio und Fernsehen sind meinungsbildend. Der Markt wird durch neue Bewegtbildangebote wie oe24.TV, PULS24 oder krone.TV vielfältiger und vitaler. Sowohl Radio als auch Fernsehen, allen voran die reichweitenstarken ORF-Sender, werden stärker und intensiver denn je genutzt. Real-Time-Monitoring ist der entscheidende Informationsvorsprung im Kampagnenmanagement. »OBSERVER« bringt die wirklich wichtigen News auf alle Devices. Der Überblick über die Leitmedien in Echtzeit hebt Evaluierung und Steuerung auf ein neues Level!“

Auch die Wiener Traditions-Bäckerei Ströck wird vom »OBSERVER« mit Radio-und TV-Mitschnitten in voller Länge versorgt. Die aktuelle Kampagne rund um das **#krapfengate** unterstreicht die Bedeutung einer gezielten und vollständigen Radio-und TV-Beobachtung.

„Der Wunsch nach einem Krapfen-Emoji bewegt das Land und die Medien. Die Echtzeit-Verbindung digitaler Medien mit Radio und TV durch den »OBSERVER« gibt uns neue Möglichkeiten, die Kampagne wirksam zu managen. Durch die aktuelle Content-Lieferung können wir in der Sekunde mit unserer Community interagieren und Themen aus etablierten Medienkanälen in unserem Digital-Kosmos verbreiten“, begrüßt Launch-Customer **Andrea Unger-Posch**, Marketingverantwortliche bei Ströck, das neue »OBSERVER«-Service.

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)

