



© ÖBB Werbung/Andreas Scheiblecker (2)

Mobil
Mit den ÖBB lässt es sich auf Transportmitteln werben.

ÖBB gegen die Hemmschwelle

Technische Kosten können vom Außenwerben abhalten – die ÖBB möchte dagegen angehen.

WIEN. Die technischen Kosten sind beim Thema Außenwerbung ein Faktor, der unbedingt mitbedacht werden muss. Die ÖBB kommen hier mit einer Neuheit um die Ecke und nehmen sich des Problems an.

Zwar bieten Rollende Plakataflächen – Produkt-Werbung auf Zügen und Bussen – interessante Möglichkeiten, um mobile Käuferschichten zu erreichen, allerdings sind hohe technische Kosten im Bereich der Produktion der Folien sowie bei Montage und Demontage derzeit eine Hemmschwelle für viele Unternehmen.

Bedingte Attraktivität

Kommen für ein klassisches 16-Bogen-Plakat Kosten von circa 45 € zum Tragen, sind es bei einer vergleichbaren 16-Bogen-Folierung einer S-Bahn rund 1.070 €. Die Anbieter versuchen, diesen Kostennachteil über ein verringertes Werbeentgelt oder

günstige Konditionen bei längeren Buchungen wettzumachen.

Oftmals bleibt aber für Laufzeiten bis zu einem Monat ein nur bedingt attraktives Preis-Leistungsverhältnis und in Folge fällt die Wahl auf klassische Außenwerbformen wie City-Lights und Plakate. Kundensichten, die in ländlichen Gebieten leben, lassen sich so nicht direkt ansprechen. Besonders für Produkte und Firmen, die bereits einen hohen Marktanteil haben, sind aber diese Zielgruppen starke Hoffnungsträger.

Mit einem ungewöhnlichen Package-Preis versucht nun die ÖBB-Werbung, der Außenwerber der ÖBB, Werbung auf den eigenen Zügen und Bussen attraktiver zu gestalten.

Bei einer Werbung mit einer Laufdauer ab 48 Monaten trägt die ÖBB-Werbung sämtliche technische Kosten bis hin zur Komplettfolierung ganzer Züge. Auch sind Sujetwechsel wäh-

rend der Laufzeit sind möglich. „Die ÖBB verfügen über Werbeflächen auf 482 Lokomotiven, 1.060 Waggons sowie rund 1.500 Bussen österreichweit. Mit diesem Angebot möchten wir Neukunden von der Effektivität von Verkehrsmittelwerbung überzeugen und sie einladen, erste Erfahrungen zu sammeln“,

„
Mit diesem Angebot möchten wir Neukunden von der Effektivität von Verkehrsmittelwerbung überzeugen.

“
Jochen Kaiblinger

so Jochen Kaiblinger, Verkaufsleiter der ÖBB-Werbung. (red)

Weitere Informationen finden sich online unter:
www.werbung.oebb.at



Ein Businessbranding von Merkur – umgesetzt von der ÖBB-Werbung.