

Individualisiertes Hightech-Medium

Die programmatische Buchung von Außenwerbung bietet schon heute unzählige Möglichkeiten für kreative und individualisierte Kampagnen.

Gastbeitrag

••• Von Horst Brunner

© moveight

Man stelle sich vor, es ist Montagmorgen. Es regnet. Sie fahren in die Arbeit. Ihre Stimmung ist wegen des anstehenden 9 Uhr-Meetings angespannt, Sie benötigen eigentlich seit Monaten einen schönen, entspannenden Urlaub in der Sonne. Und genau hier zeigen wir Ihnen auf großformatigen Videowalls sonnige Urlaubsdestinationen. Immer am Montagmorgen. Bei Regenwetter. Und am Weg in die Arbeit. Noch relevanter und effektiver kann Werbung im öffentlichen Raum nicht sein.

Wir wechseln die Szene. Es ist nachmittags, es scheint die Sonne, es ist heiß. Das Wochenende steht vor der Tür, Wochenendgrillen liegt in der Luft. Man kann die leckeren Steaks schon riechen. Hier positionieren wir ein kühles Bier. Nur nachmittags von 14 bis 18 Uhr, bei Sonnenschein, bei Temperaturen über 28 °C. Die Relevanz für die Zielgruppe ist enorm, die Werbung ist zugleich mit dem Gefühl und allen Sinnen erlebbar und wirkt positiv auf die Konsumenten ein.

Neben dem geringeren Aufwand liegt ein großer Vorteil der programmatischen Auslieferung von Werbemitteln in der

”

Die technische und datengestützte Außenwerbung öffnet Türen zu Ideen, von denen Werber vor wenigen Jahren nicht zu träumen gewagt haben.

“

Flexibilität – zur richtigen Zeit am richtigen Ort im passenden Channel: Die zeitliche oder wetterbedingte Ausspielung der Sujets, die mittels Smart Technologies abhängig von den aktuellen Wetterverhältnissen eingesetzt werden, sind nur ein Beispiel für die optimale Adaption von Werbung an äußere Gegebenheiten. Weitere hervorragende Möglichkeiten für individuelle Auslieferung von Werbebotschaften im öffentlichen Raum entstehen durch die optimale Synchronisation mit mobilen Kampagnen.

Durch die Erzeugung von wirkungsverstärkenden Second-Screen-Effekten über