

# Gewista: Digitale City Lights in Linz

Die Erschließung geht weiter: Über ein Joint Venture wurde die Stadt Linz jetzt digital.

**City Lights**  
Gewista-CEO Franz Solta, der Linzer Bürgermeister Klaus Luger, Alfred Stadler, Geschäftsführer Gutenberg-Werbering.

LINZ. Im Frühjahr 2014 startete die Gewista – vorerst in Wien – mit der Erschließung von Digitalen City Lights. Der Fokus lag im ersten Schritt auf den sieben größten Wiener U-Bahnstationen, weitere 18 Stationen kamen erst kürzlich hinzu. Über die U-Bahn hinaus wurden an hochfrequentierten Standorten in Top-City-Lagen in Wien, Salzburg und Graz Digitale City Lights erbaut.

Über ein Joint Venture mit dem Gutenberg Werbering – der Digital out of Home Oberösterreich GmbH – wurde soeben mit Linz eine weitere Landeshauptstadt digital.

## 78 Digitale City Lights

Das Angebot von Digitalen City Lights in Linz umfasst zwei Deluxe-Netze. Beide Netze verfügen über je 13 Screens (84 Zoll mit 4 K Auflösung) und sollen Agenturen und Werbetreibenden viel Spielraum für kreative Gestaltungs- und Auspieloptionen an reichweitenstarken Standorten bieten. Die zehnssekündigen, tonlosen Werbebotschaften laufen im 60 Sekunden-Loop und können flexibel gebucht werden. Auch spontane Sonderangebote oder targeting-orientierte Inhalte können über alle Stationen einzeln und auch in Exklusivbelegung geschaltet werden.



den-Loop und können flexibel gebucht werden. Auch spontane Sonderangebote oder targeting-orientierte Inhalte können über alle Stationen einzeln und auch in Exklusivbelegung geschaltet werden.

„Der Ausbau unserer Digitalen City Lights in den Landeshauptstädten“, so Gewista-CEO Franz Solta, „schreitet zügig voran. Wir freuen uns, dass wir den Werbetreibenden durch die Erschließung von Digitalen City Lights in Linz nun ein noch größeres und reichweitenstärkeres Angebot zur Platzierung ihrer Werbebotschaften machen können. Nach der Erschließung von Wien, Salzburg, Graz und ab sofort auch Linz umfasst das DOOH-Netzwerk derzeit 78 Digitale City Lights. In naher Zukunft wird das Angebot durch die Erschließung weiterer Landeshauptstädte österreichweit ausgebaut.“

Alfred Stadler, Geschäftsführer Gutenberg-Werbering: „Mit Digital out of Home setzen wir einen weiteren Schritt in den qualitativen Ausbau der Außen-

werbung in Linz. Die neuen Digitalen City Lights sind an den besten Standorten in der Linzer Innenstadt platziert und garantieren beste Frequenz in einer der beliebtesten Einkaufsstraßen Österreichs. In enger Kooperation mit den Stadtplanern und Verantwortlichen der Stadt Linz ist es uns gelungen, nicht nur neue Werbeträger zu schaffen, sondern diese auch homogen in das Stadtbild zu integrieren.“

## Win-win-Situation

Laut Stadler würden die Digitalen City Lights schon jetzt als gelungene Aufwertung und als Win-win-Situation für die werbetreibende Wirtschaft und für die Stadt Linz empfunden werden. „Sind sie doch ein weiteres sichtbares Zeichen der Zukunftsstadt Linz mit ihren modernen Einrichtungen.“ (red/gs)



In Linz darf man sich nun auch über Digitale City Lights freuen.