

Mehr Impact mit außergewöhnlichen Ideen

Österreichs führender Außenwerber EPAMEDIA zeigte 2017 mit zahlreichen Sonderumsetzungen sein kreatives Potenzial.

WIEN. 2017 neigt sich langsam dem Ende zu, ganz im Gegensatz zu den kreativen Ideen der EPAMEDIA. Österreichs Marktführer im Out-of-Home-Bereich beweist auch in diesem Kalenderjahr seine Vormachtstellung als Sonderumsetzungs-Spezialist in der Außenwerbung.

Rund 20 Sonderinstallationen hat das Unternehmen umgesetzt – ein Wert, der sich seit Einführung einer eigenen Creative Unit im Jahr 2015 auf konstant hohem Niveau hält.

Kostenlose Beratung

Die hauseigene Creative Unit ist ein zusätzliches Alleinstellungsmerkmal, das EPAMEDIA deutlich von nationalen Mitbewerbern hervorhebt.

Auf Kundenwunsch wird das kreative Potenzial von Kampagnen analysiert und ausgeschöpft – ein kostenloser Service, der im umfangreichen Beratungsangebot inkludiert ist. „Das Interesse unserer Kunden an Sonderinstallationen ist sehr groß, nicht zuletzt aufgrund der erhöhten Sichtbarkeit, die im Vergleich zu herkömmlicher Außenwerbung noch stärker ins Auge stechen und bei der Zielgruppe einen enormen Impact hinterlassen“, gibt CEO Brigitte Ecker Auskunft über die Entwicklungen.

Zu den schöpferischen Höhepunkten 2017 zählten unter anderem Posterlights für Tiefkühlprodukte-Hersteller McCain, die mit formatsprengenden und in der Nacht leuchtenden Pommes frites die Blicke auf sich zogen.

Dass sich mit dem Plakat auch ein traditionelles Medium perfekt für Sonderumsetzungen eignet, wurde mit einer formatsprengenden Kampagne des Raiffeisen-Jugendkontos einmal mehr sichtbar. Einen grünen Daumen bewies EPAMEDIA mit einem



© EPAMEDIA (4)



EPAMEDIA-Sonderumsetzungen für McCain, die Diakonie, Raiffeisen sowie neubau eyewear.

bepflanzten Citylight, das mittels eines Moosgraffitis auf umweltschonende Brillenmodelle der Marke neubau eyewear aufmerksam machte. Und am digitalen Sektor stellte der Branchenführer sein Know-how mit dem preisgekrönten, auf interaktiven Citylights spielbaren Integrationsmemo der Diakonie eindrucksvoll unter Beweis. Allesamt Sonderinstallationen, deren Werbebotschaften der Zielgruppe regional wie national auf eine individuelle Art und Weise nachhaltig in Erinnerung geblieben sind!

Grenzenloses Potenzial

Für kreative Ideen hinter zahlreichen Sonderumsetzungen zeichnet EPAMEDIA-Creative Director Erik Maier verantwortlich, der mit seinen Entwürfen laufend neue Maßstäbe im Out-of-Home-Sektor setzt.

Die große Beliebtheit von Sonderinstallationen erklärt Maier wie folgt: „Das Besondere an der Formatsprengung ist, dass sie aus dem dichten Plakat-Dschungel heraussticht und sich im Gedächtnis der Passanten verankert. Gerade was Sonderumset-

zungen betrifft, gibt es in der Außenwerbung enorm viel kreatives Potenzial; deswegen würde ich mir von vielen potenziellen Kunden noch mehr Mut wünschen, um neue Ideen auszuprobieren und umzusetzen.“

Man darf gespannt sein, mit welchen formatsprengenden Ideen EPAMEDIA im Jahr 2018 die nächsten Trends und Ausrufezeichen im Außenwerbemarkt setzt!

EPAMEDIA