

Out of Home völlig neu gedacht

View Media spielt Werbung in Aufzügen auf Displays aus. Dabei bietet man ein barrierefreies Notrufsystem und absolute Transparenz.

••• Von Gianna Schöneich

Es gibt wenige Aktivitäten, die langweiliger als Aufzugfahren sind. Häufig gibt es nicht einmal ein bestehendes Funknetz – die Nutzung des ablenkenden Smartphones fällt weg –, da hilft nur das Starren auf die roten Pfeiltasten des Aufzugs.

Abhilfe schafft jetzt das Unternehmen View Elevator: Auf 15 Zoll großen Displays, die in sämtlichen Aufzügen einfach montiert werden können, haben Vermieter nicht nur die Möglichkeit, ihre Mieter und die Besucher des Hauses zu erreichen, das System ist auch ein barrierefreies Notrufsystem, und insbesondere die werbetreibende Wirtschaft kann sich das Display zu eigen machen und Kampagnen hier einbuchen.

Eine Marktneuheit

Vertrieben wird die patentierte Innovation auch von Kone AG unter dem Namen „IntelliView“; entwickelt wurde sie von View Elevator. Unter dem Namen „View Media“ vertreibt man auf dem Display Werbung.

Es handelt sich um eine Marktneuheit: Digitale Werbung out of Home, die nur dann läuft, wenn sie auch tatsächlich gesehen wird. „Natürlich gibt es in manchen Aufzügen schon Displays, die Medien ausspielen –

allerdings laufen diese dann in einer 24-Stunden-Schleife. Mit unserem System können Werbekunden den Zeitraum festlegen, in dem eine Kampagne laufen soll, zu welcher Uhrzeit, in welchen Aufzügen (Gebäuden), ob

”

Wir sind mit unserer technologischen Ausrüstung vorn mit dabei, vor allem in puncto Erkennung sowie Kosten-Nutzung-Rechnung und Effizienz.

Armin Braunsberger
View Media

Sujets beim Hinauf- oder Hinunterfahren gezeigt werden sollen, oder bei welchem Wetter die Kampagne gezeigt werden soll“, erklärt Armin Braunsberger, Head of Marketing, View Media.

Kombination von Vorteilen

Kombiniert werden also die Vorteile von Außen- und Online-



© View Media

werbung. Dabei ist das Display nur aktiv, wenn sich tatsächlich Personen im Aufzug aufhalten.

Für Werbekunden bedeutet dieses System Transparenz – so investieren diese einen bestimmten Betrag in eine Kampagne bei View Media, dieser wird nur bei tatsächlichen Fahrten verbraucht.

„Wir wissen sehr viel von unseren Aufzügen, zum Beispiel wie viele Impressions es pro Aufzugfahrt gibt und wie viele Slots sich in dieser Zeit ausgegangen sind“, so Braunsberger.

Welches Sujet wann, wo und wie ausgespielt wird, lässt sich dabei ganz einfach per Eingabemaske und wenigen Klicks von den Kunden selbst festlegen – falls gewünscht, erledigt auch View Media die beschriebenen Festlegungen für ihre Kunden.

Sind die Inhalte erst einmal hochgeladen und wenige Parameter ausgewählt, kann es schon losgehen.

Expansion nach Deutschland

Unternehmen wie oeticket, der Magistrat Salzburg oder Ronacher nutzen bereits die Displays für ihre Werbebotschaft. In Salzburg beispielsweise sind die Systeme von View Elevator bereits an 46 Standorten installiert worden – und in den kommenden Monaten werden landesweit immer mehr hinzukommen.

Bereits im Jänner wird man nach Deutschland expandieren.

Laut Braunsberger wäre es auch möglich, die Technologie von View Elevator auf andere Out-Of-Home-Medien anzuwenden: „Das ist von unserer Seite aus problemlos möglich. Wir sind mit unserer technologischen Ausrüstung vorn mit dabei, vor allem in puncto Erkennung sowie Kosten-Nutzung-Rechnung und Effizienz. Wir sind natürlich an Synergien interessiert.“

Das „View Tablet“ steht nicht nur für die Ausspielung von Werbung und Information – es ist ein barrierefreies Notrufsystem. „Die meisten Notrufsysteme in Aufzügen sind nur mit einer Gegensprechanlage ausgestattet. Denkt man nur einmal an hörbehinderte Menschen – sie können mit einem solchen System nicht kommunizieren! In einer Notfallsituation agiert unser Tablet als Notrufsystem. Im Sicherheitsmodus können über die integrierten Tasten Fragen beantwortet werden – dank diesen kann die angeschlossene Zentrale sofort die richtigen Maßnahmen anfordern. Außerdem kann ein Kabinenfoto angefordert werden; dieses hilft ebenfalls bei der Einschätzung des Notfalls sowie der Reduktion von kostspieligen Fehlalarmen.“ In der Testphase wurde außerdem