



© Epamedia (2)

#### Teamarbeit für Elba

Tobias Schweiger (Epamedia), Günther Haas (Werbeleiter Raiffeisenlandesbank Wien/NÖ), Robert Beck und Andrea Pany (Epamedia) vor der gelungenen Sonderinstallation.

# „Elba“ gibt es auch dreidimensional

Raiffeisen wirbt für neues Finanzportal „Mein Elba“ mit Dominanzstandorten & Formatsprengung von Epamedia.

*Mit dieser Kampagne zeigen wir einmal mehr, wie impactstark und wirksam Außenwerbung – insbesondere das Plakat – im öffentlichen Raum inszeniert werden kann.*

**Brigitte Ecker**  
CEO Epamedia

WIEN. Aktuell wirbt Raiffeisen für ihr neues Finanzportal „Mein Elba“. Mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten, gleichem Layout auf allen Endgeräten oder dem direkten Draht zum persönlichen Raiffeisen-Berater avanciert „Mein Elba“ vom herkömmlichen Online-Banking zum persönlichsten Finanzportal Österreichs.

„Mit dieser Awareness-Kampagne, die Teil einer breiten Cross-Media-Kampagne ist, möchten wir auf ‚Mein Elba‘ aufmerksam machen. Eine wirkungsvolle und aufmerksamkeitsstarke Präsentation war uns dabei besonders wichtig“, erklärt Günther Haas, Abteilungsleiter Marketing und Kommunikation der Raiffeisenlandesbank Niederösterreich/Wien, der bei der Umsetzung auf die Werbe-

agentur Hello und die Kompetenz des Außenwerbe-Spezialisten Epamedia vertraut. Als Teil einer breiten Cross-Media-Kampagne wird die Werbebotschaft regional in Niederösterreich und Wien an ausgewählten Top-Dominanzstandorten aus dem flächendeckenden Epamedia-Netz inszeniert.

#### Formatsprengend

Darüber hinaus soll eine dreidimensionale Formatsprengung an acht hochfrequentierten Standorten der Zielgruppe nachhaltig in Erinnerung bleiben. „Mit dieser Kampagne zeigen wir einmal mehr, wie impactstark und wirksam Außenwerbung – insbesondere das Plakat – im öffentlichen Raum inszeniert werden kann. Außerdem freuen wir uns sehr über die Zusammenarbeit, da

uns ebenso wie Raiffeisen die Nähe zum Kunden und die ständige Entwicklung effektiver und zukunftssträchtiger Lösungen ein besonderes Anliegen sind“, so Epamedia-CEO Brigitte Ecker.



Neben einer 3D-Inszenierung werben auch bekannte Gesichter für Elba.