



© ÖBB/Andreas Schräblicher (2)

Up to date

Spots werden in 4K Ultra HD und damit in einer Qualität ausgespielt, die man sonst nur von Fernsehern der neuesten Generation kennt.

Außenwerbung, next Generation

Die ÖBB Werbung launcht erstmals ein landesweites, digitales Out-of-Home-Netz.

WIEN. Mit „Railscreen Station“ – derzeit 50 großformatige digitale Werbe-Screens auf 40 der am stärksten frequentierten heimischen Bahnhöfe – bringt die ÖBB Werbung das erste landesweite, digitale Out-of-Home-Netz auf den Markt.

Ziel: Einhundert Screens

Die 75 Zoll großen, digitalen Werbe-Screens im Format 9:16 bringen Werbung in die Zielgruppe der 1,3 Mio. täglichen Bahnfahrer. „Wir bringen Bewegung in die Außenwerbung. Werbung wird von passiver Wahrnehmung zu einem aktiven Werbe-Erlebnis, bindet Kunden ein und steigert dadurch Recall und Brand-Wahrnehmung“, erklärt ÖBB Werbung-Geschäftsführerin Karin Seywald-Czihak den Zusatznutzen.

In einer nächsten Ausbaustufe wird man das Angebot erweitern und das „Railscreen Station“-Netz auf 100 Screens auf den

größten heimischen Bahnhöfen ausdehnen können, so die ÖBB in einer Aussendung über das neue Angebot.

Ausgewählt wurden Aufstellungsorte im Innenbereich von Bahnhöfen, auf Vorplätzen, Bahnsteigen, Wartehallen und Personentunneln. Eines haben sie alle gemeinsam: einen gesicherten und wetterfesten Bereich, in dem Fahrgäste überdurchschnittlich lang verweilen.

Damit bietet die ÖBB Werbung das erste bundesweite Netz an digitalen Out-of-Home-(DOOH)-Werbeflächen. Täglich können pro Screen mehr als 500 Ausspielungen erzielt und im gesamten Netz über 800.000 Kontakte erreicht werden. Überregionale Kampagnen werden erstmals in einem einzigen digitalen Medium ausgespielt und generieren günstig zusätzliche Reichweiten.

„Wir zielen mit unserem Produkt stark auf die großen Kam-

pagnenflights ab. Rasche Suletwechsel, breite Ausspielung zu günstigen Konditionen und ein topmodernes Trägermedium garantieren unseren Werbekunden beste Wahrnehmung in der hochmobilen Zielgruppe der Bahnfahrer“, erklärt ÖBB Werbung-Vertriebsleiter Jochen Kaiblinger.

Buchbar sind neben dem österreichweiten Gesamtnetz auch Bundeslandnetze sowie Einzelstandorte. Besonders für KMUs und mittelständische Unternehmen bieten sich einzelne Railscreen Station-Standorte an, um regionale Schwerpunkte zu setzen. Durch die Buchung von Bundesland-Netzen kann die Werbewirkung einer Kampagne dort verstärkt werden, wo sie benötigt wird.

Die ausgespielten Spots werden über ein eigenes Content-Management-System gesteuert, das zentral verwaltet wird. Sämtliche Inhalte werden online eingespielt und sind jederzeit kurzfristig auswechselbar. Der Vorteil: Der kann kurzfristig geändert und regional angesteuert werden, jeder Screen ist einzeln ansteuerbar. (red)



Karin Seywald-Czihak, GF, Jochen Kaiblinger, Leitung Verkauf ÖBB Werbung.