

Außenwirkung in 3D

Österreichs einziger bundesweiter privater Radiosender Kronehit und die Austrian Airlines setzen auf die Gewista.

WIEN. Wie **medianet** kürzlich berichtete, verpasst sich Kronehit, Österreichs einziger privater bundesweiter Radiosender, einen optisch neuen Anstrich.

Im Zuge der aktuellen Kampagne setzt man auf einen bundesweiten, vielfältigen Out of Home-Mediamix der Gewista. „Star“ der Kampagne sind – neben klassischen Plakaten, analogen und digitalen City Lights sowie Rolling Boards – Rolling Board-Sonderwerbeformen mit 3D-Formatsprengungen.

Vielfältigkeit zählt

Vom Plakat über das City Light bis hin zu Rolling Boards mit Sonderwerbeformen wird die Kronehit in Szene gesetzt.

Auf verschiedenen Sujets sind männliche und weibliche Testimonials vor farbenprächtigen Hintergründen, unterlegt mit frechen Slogans wie „krone auf – klappe zu“, „krone auf – party an“ oder „krone auf – musik an“, zu sehen. Als Kampagnen-Highlight kommen Rolling Board-Sonderwerbeformen mit 3D-Formatsprengung – der Kronehit-Krone, die über den Rolling Board-Rahmen hinausragt – an reichweitenstarken Standorten in Wien zum Einsatz.



© Gewista (2)

Krone auf

Ein Radiosender setzt der Gewista die Krone auf.

Und auch die AUA setzt auf die ebenfalls auf die positive Wirkung der Gewista-Standorte um zu kommunizieren. So nutzte man den Besucherstrom zur alljährlich stattfindenden Ferien-Messe mittels öffentlichen Verkehrsmitteln, insbesondere mit der U-Bahn, um über eine Out of Home-Sonderwerbeform der Gewista, die Brand Area, AUA-Destinationen zu bewerben.

Werbewirksam

Das neue Gewista-Produkt Brand Area ermöglicht Folierungen in den U-Bahnstationen.

Dabei verwandelte man die hochfrequentierte U2-Bahnstation „Messe“ in eine Austrian Airlines-Erlebniswelt.

Neues Produkt Brand Area

Neben dem Hinweis auf die AUA-Messepräsenz bei der Ferien-Messe Wien wurden auf rund 145 m² gebrandeten Wandflächen der U-Bahnstation „Messe“ in Kombination mit Digitalen City Lights attraktive Destinationen wie Mauritius oder Kreta und weitere aktuelle Angebote mittels einladenden Sujets beworben. Die Brand Area ist das neueste Produkt der Gewista – eine Transport Media-Inszenierung, welche Folierungen in den U-Bahnstationen, ergänzt durch Digitale City Lights, ermöglicht.

„Mit der Brand Area in der U-Bahnstation Messe-Prater konnten wir Messebesucher schon vor dem Eintritt in die Ferien-Messe gezielt ansprechen und ihr Interesse auf Austrian Airlines lenken“, erklärt Christina Jung, Head of Marketing Communication & Campaigns bei Austrian Airlines.

