

Auf dem Schirm

Vermarkter Goldbach baut sein Portfolio weiter aus und setzt auf österreichweite digitale Außenwerbung.

WIEN. Goldbach baut mit weiteren Netzwerkpartnern das Portfolio seines Digital out of Home-Netzwerks aus. Zu den Neuzugängen zählen die Screens in Aufzügen von Aufzugswerbung.at sowie die Railscreen-Station-Bildschirme der ÖBB auf den 40 größten Bahnhöfen des Landes.

Auch die Rolling Light-Boxen von MultilightMedia an 40 frequentierten Standorten wie Bahnhöfen und Shopping Malls (Schwerpunkt Wien) ergänzen das Portfolio mit Screens für digitale Außenwerbung. Innovative, großflächige Werbeformate für jedes Budget sowie die aktuellsten Programmatic-Lösungen, die die Vorteile der Außenwerbung mit jenen der Online-Werbung verbinden, sorgen zusätzlich für mehr Effizienz bei DOOH-Kampagnen.

Aufmerksam im Aufzug

Goldbach vermarktet neuerdings das Portfolio von Aufzugswerbung.at. Höchste Aufmerksamkeit von Aufzugsfahrern in 114 High Performance-Standorten österreichweit – das versprechen die hochwertigen Displays von View Elevator, die über das Digital out of Home-Portfolio von Goldbach gebucht werden können.

Pro Monat werden über 1,5 Mio. Playouts erzielt, die Spots werden nur angezeigt, wenn mindestens eine Person im Aufzug ist. Die vom oberösterreichischen Unternehmen View Promotion GmbH entwickelten Displays sind österreichweit in Bürogebäuden, Hotels, Apartmenthäusern sowie Wohnhäusern in Betrieb. Neben der Nutzung als Werbeträger ist im Display ein Notrufsystem integriert.



© View Media (2)

Passend

Bei Goldbach sind für Kampagnen die Standorte frei wählbar, die Ausspielung erfolgt sensorbasiert. Individuelle Filtermöglichkeiten verfeinern das Targeting.

Individuelle Kampagnen

„Wir freuen uns über den Ausbau unseres Digital out of Home-Portfolios. Aufzugswerbung.at ist eine kreative, neue Art, um Rezipienten in einer optimalen, meist ruhigen und ungestörten Situation anzusprechen und dabei die Stärken von DOOH in Verbindung mit der Flexibilität von Onlinewerbung zu nutzen“, freut sich Goldbach-Geschäftsführer Josef Almer.

Für Kampagnen sind Standorte frei wählbar bzw. nach Regionen selektierbar, die Ausspielung erfolgt sensorbasiert. Individuelle Filtermöglichkeiten wie Tages- oder Laufzeiten verfeinern das zielgruppengenaue Targeting. Die Spots werden in HD-Qualität ausgeliefert.

„In der Vermarktung unserer Displays vertrauen wir auf Goldbach, dem Pionier für digitale Außenwerbung in Öster-

reich, und sind überzeugt, dass die Synergien aus dem DOOH-Portfolio von Goldbach unserer Vermarktung einen effizienten Impuls geben werden“, so Verkaufsleiter Michael Meingast.

DOOH immer mehr gefragt

„Wir haben von Anfang an an das Potenzial von Digital out of Home geglaubt und in Österreich schon früh und sehr stark in die Aufbauarbeit von technisch high-sophisticated Lösungen investiert“, beschreibt Almer den Stellenwert von DOOH.

„Vor inzwischen bald drei Jahren, im April 2016, wurde die erste automatisierte Kampagne in unserem Netzwerk ausgespielt; seither ist die programmatische Buchung und Auslieferung von DOOH Werbung bei Goldbach Standard.“ Mit der Professionalisierung und Standardisierung von Buchungs- und Targetingmöglichkeiten steigt die Relevanz des Mediums Außenwerbung erheblich. Ein vereinfachter Buchungsprozess soll Werbekunden dazu animieren, im Mediamix DOOH zu berücksichtigen. Insgesamt nehmen DOOH Kampagnen und programmatische Buchungen bei Werbekunden zu. (red)

Die Spots werden in HD-Qualität ausgestrahlt.

