



ÖBB: Digitaler Ausbau schreitet weiter voran

Ab sofort können bei den ÖBB digitale Kampagnen in einem einzigen Medium österreichweit gelauncht werden.

... Von Dinko Fejzuli

Die ÖBB bauen ihr digitales Werbenetzwerk konsequent weiter weiter aus. Ab dem 1.9.2019 stehen 80 großformatige Screens auf 64 Bahnhöfen mit rund 959.000 Bruttokontakten für Medienbuchungen zur Verfügung. Das bereits seit Anfang des Jahres buchbare Netz wurde um zahlreiche Standorte erweitert.

„Mit Railscreen Station bietet die ÖBB Werbung das modernste digitale Außenwerbenetz Österreichs. Mit Standorten von Eisenstadt bis Bregenz können nun in einem einzigen digitalen Medium österreichweite Kampagnen ausgespielt werden“, so Karin Seywald-Czihak, Geschäftsführerin der ÖBB-Werbung GmbH, über den Ausbau des Angebots im Interview mit medianet über das nun erweiterte Angebot für potentielle Kunden.

medianet: Im Verhältnis zum bisherigen Angebot der ÖBB Werbung – was bedeutet der Ausbau konkret für das künftige DOOH-Portfolio?

Karin Seywald-Czihak: Wir bieten unter der Marke Railscreen seit mehr als acht Jahren digitale Außenwerbung auf Bahnhöfen an und sind der First Mover für Digital Out of Home in Österreich. Mittlerweile ist DOOH eine etablierte Werbform und ein wichtiger Pfeiler unse-

rer Produktstrategie. Wir haben von ursprünglich elf Standorten auf aktuell 80 erhöht und sind bereits in Arbeit für den weiteren Ausbau.

Begleitend zum Railscreen Station-Netzwerk erarbeiten wir weitere digitale Touchpoints, die wir am Markt anbieten wollen.

medianet: Nach welchen Kriterien hat man die neuen Standorte gewählt?