Wie Kapsch den Flughafen Wien „übernommen“ hat

Mit dem Technologiekonzern und der Verkehrsdrehscheibe haben sich zwei österreichische Vorzeige-Unternehmen aufs Glücklichste gefunden.

••• *Von Paul Christian Jezek*

Dass im Bereich „Marketing & Media“ der Auftraggeber mit dem Medienpartner zufrieden ist, sollte idealtypischerweise bei der überwiegenden Anzahl der geschäftlichen Kontakte üblich sein.

Dermaßen glückliche „Verbindungen“ wie jene zwischen der Kapsch Group und der Airport Media, die für die Vermarktung der Werbeflächen am Vienna International Airport (VIA) zuständig ist, sind dann aber doch bemerkenswert. Beide Partner schwärmen nämlich geradezu voneinander:

Die Genese der Kooperation

Die Kapsch Group ist seit Jahren am VIA mit einem impactstarken Markenauftritt präsent – für den global agierenden Technologiekonzern bietet der Touchpoint Flughafen effiziente Zugänge zu unterschiedlichen Zielgruppen und ein attraktives Werbeumfeld.

Während in den ersten Jahren der Zusammenarbeit mit Airport Media die Marke Kapsch mittels Großplakaten bei der Flughafeneinfahrt und ausgewählten City-light-Stellen beworben wurde, wurde in weiterer Folge die Markenpräsenz durch digitale Medienformate wie beispielsweise Videoauftritte auf der Mega Wall bei der zentralen Bordkartenkontrolle im Terminal 3, Bespielung der Monitore im Bereich der Abflug-Gates sowie Clips auf den LED-Screens in der Gepäckhalle verstärkt.

Im Sommer 2018 wurden als zusätzliches aufmerksamkeits-



© Kapsch (2)

Passion
Die Marke Kapsch agiert sozusagen als Empfangskomitee, die Fluggastbrücke vermittelt freundliche Assoziationen, das Factory-Team von Kapsch winkt am heimischen Flughafen: Passion is the name of the game.

