

## DIGILIGHT BAUT AUS Zeit für weitere Investitionen

ST. PÖLTEN. Digilight, der Vermarkter und Produzent von digitalen Werbeflächen, hat die Phase des Lock-downs für Investitionen in große digitale Werbeträger genutzt. Jetzt rechtzeitig mit der Öffnung im Mai erstrahlen neue Digiboards in Niederösterreich.

### Viele neue Video-Walls

Die neueste Werbefläche wurde 2021 am neu gebauten Bahnhof Tullnerfeld errichtet, aber auch in Gänserndorf und in Kittsee, in direkter Nachbarschaft zu Bratislava, wurden neue großflächige LED-Video-walls in Betrieb genommen. „Mit diesen topmodernen Screens verfügt Digilight jetzt über ein Netz von 165 digitalen Großflächen in ganz Österreich. Gerade jetzt zum Neustart bieten diese großen digitalen Werbeträger die Möglichkeit, Werbung unübersehbar zu platzieren“, so das Unternehmen in einer Presseaussendung.



Beim Sujetwechsel fallen keine weitere Kosten an.

© Digilight (2)

# Erweitertes Angebot

Der Vermarkter Goldbach baut seinen Roadside-Channel um neue Themenschwerpunkte aus.

WIEN. Goldbach, Vermarkter des – mit mehr als 8.000 österreichweiten Screens – reichweitenstärksten Digital-out-of-Home-Netzwerks des Landes, erweitert seinen Roadside Channel um neue Themenschwerpunkte.

„Teil dieses Angebots sind aufmerksamkeitsstarke Screens entlang hochfrequentierter Straßen, bei Shopping Parks und Einkaufszentren. Insgesamt können österreichweit über den Roadside Channel 61,9 Mio. Bruttokontakte in zwei Wochen erreicht werden“, so das Unternehmen in einer Aussendung.

### Themen-Standorte

Das umfassende DOOH-Angebot von Goldbach mit über 40 Partnern wird zu einzelnen Themennetzwerken, sogenannten Channels, gebündelt, sodass Werbetreibende Zielgruppen netzwerkübergreifend aus einer Hand ansprechen können. Einer davon ist der nationale Roadside Channel. Eine neue Segmentierung in Subchannels erlaubt nun noch zielgerichtete Aktionen.

„Aus unseren Gesprächen mit der Automobilbranche lernen wir außerdem, dass hier signifikante Zuwächse verzeichnet werden, da die Menschen aktuell wieder selbstständiger und autonomer mobil sein wollen,



© Infinity Media

Bei Goldbach können Standorte auch nach Themenpaketen gebucht werden.

ohne auf vielbesuchte Öffis und stickige U-Bahnen angewiesen zu sein. Diese zwei Faktoren spielen unserem Fokus auf den Roadside Channel zu, der durch Screenvielfalt, Urbanität, Zentrumsnähe und natürlich mit hoher Reichweite punktet“, fasst Sales Director Ralf Schalkhammer die Beweggründe zusammen, derzeit vor allem auf diesen Channel zu setzen.

Auch die technologischen Möglichkeiten im Bereich digitaler Außenwerbung werden bei Goldbach sukzessive erweitert. Nach ersten programmatischen Kampagnen in 2016 erfolgte

nach laufenden technischen Optimierungen 2020 der Relaunch des programmatischen Netzwerks in Zusammenarbeit mit ÖBB Werbung sowie eine Kooperation mit der DSP (Demand Side Platform) von Addition, die programmatische Buchungsmöglichkeiten auch agenturseitig erweitert. Weitere Partner, darunter Digilight, werden sukzessive in das programmatische DOOH-Netzwerk integriert. Das Interesse an gezieltem und auf unterschiedliche Kontextelemente abgestimmte Ausliefern von DOOH-Kampagnen wachse zusehends. (mab)

## Ankündert feiert Jubiläum

Zehn Jahre Graz UNESCO City of Design.

GRAZ. Die steiermärkische Landeshauptstadt wurde im März 2011 offiziell in das internationale Netzwerk der UNESCO Cities of Design aufgenommen. Die Creative Cities sind in sieben Themenbereiche gegliedert: Design, Handwerk und Brauchtum, Literatur, Medienkunst, Musik, Film und Gastronomie und zahlreiche Bauwerke, Initiativen und Projekte zeigen die Kompetenz

der steirischen Landeshauptstadt in diesen Gebieten.

Das Engagement reißt bis heute nicht ab, und um das Thema bis tief in der Bevölkerung zu verankern und zu zeigen, dass es letztlich auch darum geht, die Lebensbedingungen aller Menschen zu verbessern, rückt eine OOH-Kampagne die Menschen mit diesem Engagement in den Vordergrund. (red)



© Harry Schiffer