

**NEUHEIT***no problem sagt Hallo*

WIEN. Sie sind schnell aufgebaut, erwecken zielgerichtet Aufmerksamkeit und lächeln immer freundlich. Der österreichische Inflatable-Profi no problem bringt mit dem „Hallo Man“ eine Innovation auf den Markt.

Der Hallo Man ist bis 3,5 m hoch und in verschiedenen Grundformen (z.B. Koch, Mechaniker, Bierglas, Flasche, Eistüte) erhältlich. „Mittels 4c Sublimationsdruck wird das robuste PES-Gewebe an jeden Kundenwunsch angepasst“, so Geschäftsführer Adolf Blaim zum Vorteil des Produkts. (red)



Buchstäblich mit Schwung sorgt der Hallo Man für Sichtbarkeit.

© no problem

# OOH mit Extraservice

Frühlingsbilanz der Epamedia: Spannende und vielfältige Kampagnen für eine breite Kundenpalette.

WIEN. Das heurige Frühjahr brachte einige spannende Außenwerbekampagnen beim Out-of-Home-Spezialisten Epamedia mit sich. So präsentierte Audi den neuen RS e-tron GT österreichweit auf unübersehbaren 24- bis 72-Bogen-Plakaten, die das Auto de facto in Echtgröße zeigten. Auch auf Posterlights an frequenzstarken Standorten bis hin zu digitalen Citylights in Salzburg und Innsbruck war das neue E-Mobility-Flaggschiff der Premium-Autobauer zu sehen. Der Clou der OOH-Kampagne waren Posterlights (Bild r.), die zu kostenlosen E-Ladestationen für E-Fahrzeugbesitzer wurden.



© Epamedia

Frequenzstarke Out-of-Home-Platzierung bei Tag und Nacht.

**Prominenter Kollegenbesuch**

Der öffentliche Auftritt auch der Volksbank mit der Kampagne zum Jahresgespräch (s. Bild r.); Skisprung-Legende Andreas Goldberger war national auf 740 Plakatstellen gezielt gestreut im Umkreis der Volksbanken-Filialen zu sehen. Der Neukunde vom Frühjahr 2020 konnte so impactstark und effektiv auf das persönliche Beratungsgespräch in den Filialen aufmerksam machen. (mab)



© Epamedia/Katharina Schiffl



| Finde deine maßgeschneiderte Agentur

## Familienbild

Gewista vereint.

WIEN. Die Transformation von Merkur zu Billa Plus wird nun auch mit einer groß angelegten Gewista Out-of-Home-Kampagne gefeiert: Rolling Boards, analoge und digitale City Lights sowie Plakate und eine am Plakat umgesetzte kreative Sonderwerbeform setzten die Message, „Merkur wird zu Billa Plus und ‚heiratet‘ in die Billa-Familie ein“, eindrucksvoll in Szene. (red)



© Gewista/Andreas Buchberger

Andrea Groh (Gewista), Elisabeth Strutz (Billa), Melanie Sigmund (Rewe), Millad Shahini (Billa), Gabriele Piber (Mindshare).