„Das ist ein echter Gamechanger für uns“

Das komplette digitalisierte Inventar der Gewista ist jetzt programmatisch buchbar. Demnächst kommen auch Rolling Boards hinzu.

••• *Von Dinko Fejzuli*

Die Gewista schlägt mit ihrer ersten Programmatic Out-of-Home-Kampagne gemeinsam mit dem digitalen Out-of-Home-Marktplatz Viooh und MediaCom ein neues Kapitel im Rahmen ihrer Digitalisierung auf.



© Gewista/Andreas Buchberger

„Innovativ und attraktiv“

Der First Mover Coca-Cola setzt auf die programmatisch buchbaren, digitalen Out-of-Home-Werbeflächen, und home24 fungierte vorab als exklusiver Test-Partner und war eine Art „Stresstest“, wie die Beteiligten bei der Präsentation der neuen Programmatic-Möglichkeiten meinten. Neben Gewista-CEO Franz Solta, Florian Wagner (Lead of Data & Programmatic Strategy Gewista), der maßgeblich für das neue Angebot verantwortlich zeichnet, waren auch Kristina Zografova, Director Social & Programmatic MediaCom, und Madlen Siegling (home24) bei der Präsentation zugegen.

Gewista-CEO Franz Solta über die Neuerung: „Wir haben in den vergangenen Monaten intensiv an der Markteinführung von ‚Programmatic OOH by Gewista‘ in Österreich gearbeitet und sind nun unglaublich stolz, mit Coca-Cola und home24, einem der größten Online-Möbelunternehmen in Europa, gemeinsam die ersten beiden Kampagnen präsentieren zu können. Damit gehen wir einen großen Schritt in Richtung Digitalisierung des Out-of-Home-Markts und können unseren Kundinnen und Kunden neue, innovative und vor allem sehr attraktive Werbemöglichkeiten anbieten. Für uns ist das ein echter Gamechanger.“

Neues „Werbe-Leitmedium“

Die aktuelle Coca-Cola Out-of-Home-Kampagne sei nicht nur ein „ikonischer Eyecatcher“, sondern auch die erste programmatic OOH-Kampagne bei Gewista, so Solta. Der Getränkekonzern nutzt die neuen, programmatischen Möglichkeiten, um sich einen reichweitenstarken Kampagnenstart für das Produkt Coke Zero zu sichern. „Unsere Zero-

Facts

How to

Alle digitalen Hochformate im Gewista-Netzwerk können programmatisch angesteuert werden. Über Viooh, die führende Supply Sided Platform (SSP) verfügen wir über Technologie, die in 15 Märkten weltweit eingesetzt wird und an alle gängigen Demand Sided Platforms (DSP) angebunden ist. Damit ermöglicht man es insbesondere digital-first Kunden, die Welt der Außenwerbung näher in ihr Marketing-Repertoire zu bringen.
Methodisch baut Programmatic OOH by Gewista auf dem ganz aktuellen Outdoor Server Austria (OSA) auf. Mit OSA können ja erstmalig in Österreich präzise gemessene Reichweiten für die Außenwerbung auf Stellen-Ebene dargestellt werden.

Neues Angebot

Österreichs Marktführer in der Außenwerbung ist bei den digitalisierten Flächen nun auch programmatisch buchbar.