

Out-of-Home-Werbung haben in den vergangenen Jahren ihren Energieverbrauch stark reduziert und beziehen zu 100 Prozent grünen Strom. Die Unternehmen beschäftigen sich aufgrund der aktuellen Situation noch intensiver mit dem Thema.“ Die Anbieter können nicht eigenständig und umgehend eine Nachtabschaltung entscheiden und durchführen. Solche Prozesse bedürfen einer intensiven Abstimmung mit den wichtigsten Stakeholdern und städtischen Institutionen, um die technische Umsetzbarkeit und Sicherheit abzuklären.

Die Sicherheit geht vor

Die Unternehmen hätten einen Sicherheitsauftrag im öffentlichen Raum: Die Werbeträger trügen wesentlich zur Beleuchtung der Straße, Gehsteige und Öffi-Wartehallen bei, wodurch eine Abschaltung vieler Standorte aus Sicherheitsgründen nicht möglich sei. Beleuchtete Straßen, Gehsteige oder Öffi-Stationen trügen außerdem aktiv dazu bei, Vandalismus zu vermeiden.

Die Vernetzung der Werbeträger mit dem öffentlichen Stromnetz stelle eine zusätzliche Herausforderung dar: Eine Ent-



© Fotostudio Fischerlehner

koppelung sei bei vielen Standorten kurzfristig schlicht nicht möglich. Es können zudem Schäden an den Anlagen entstehen.

Dazu komme, dass Werbung speziell im öffentlichen Raum eine große Wirksamkeit aufweist, die für die österreichische Wirtschaft – gerade in Zeiten der Krise – enorm wichtig sei. „Es geht nicht nur um die Arbeitsplätze bei den Out-of-Home-Anbietern, sondern bei der gesamten Werbewirtschaft und bei allen Unternehmen, die Werbemaßnahmen setzen“, zeigt sich Allerstorfer besorgt.

Stimmungsvolle Beleuchtung

„Die Werbebranche ist gut beraten, wenn sie für die Beleuchtung einsteht, denn diese macht Stimmung. Wenn das Weih-

”

Viele der österreichischen Anbieter von Out-of-Home-Werbung haben in den vergangenen Jahren ihren Energieverbrauch stark reduziert.

**Andreas
Allerstorfer**
FG Werbung

“

nachtgeschäft ins Wasser fiele, haben wir ganz andere Probleme“, meint Jürgen Bauer, Obmann der Fachgruppe Werbung der WKW.

Margarete Gumprecht, Spartenobfrau Handel in der WKW, dazu: „Klar ist, dass die Unternehmen auf Werbeaktivitäten nicht verzichten. Das zeigt zum Beispiel auch der Schlussschluss der Wiener Einkaufsstraßen, die sich für das Aufhängen der Weihnachtsbeleuchtung entschieden haben. Zugleich wird durch den verstärkten Einsatz von LED-Lampen und eine verkürzte Leuchtdauer der Stromverbrauch weiter reduziert. So leuchtete die Wiener Weihnachtsbeleuchtung letztes Jahr rund 660 Stunden, heuer wird die Einschaltzeit auf rund 360 Stunden reduziert, was einer Ersparnis von fast 45 Prozent entspricht.“

Zuversicht bei den Agenturen

Joachim Krügel, Geschäftsführer von Media1 und der Demner Group, ist zuversichtlich: „Derzeit spüren wir noch nicht, dass Kunden geplante Aktivitäten für Herbst und Winter wegen der steigenden Kosten beschneiden oder canceln.“

Auch bei UniqueFessler ortet man derzeit noch keine Auswirkungen bei den Werbeaktivitäten der Kunden; allerdings sei ein ganzheitlicher Energiesparmaßnahmenplan im Office der Agentur bereits in der Umsetzung, wie Jörg Fessler erzählt.



© medianet/Katharina Schiffl

”

Zusätzlich zu den bisherigen Bemühungen werden zwei Drittel der österreichischen Händler dieses Jahr auf die Weihnachtsbeleuchtung verzichten.

Rainer Will
HV-Geschäftsführer

“

WAHLWERBE-PROFIS SPÖ holt Werber von Olaf Scholz

WIEN. Die Hamburger Kommunikationsagentur BrinkertLück Creatives wird künftig die SPÖ-Bundespartei bei Kampagnen betreuen. Die international tätige Agentur mit Sitz in Deutschland und der Schweiz hat im deutschen Bundestagswahlkampf 2021 die Kampagne für SPD-Spitzenkandidat Olaf Scholz erfolgreich gestaltet. Firmengründer Raphael Brinkert, der zuvor auch schon für die damalige deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel tätig war, wird gemeinsam mit seinem Kreativteam die SPÖ bei digitalen und analogen Kampagnen beraten und diese mit dem Team der SPÖ umsetzen.

Erfolg im Visier

Bundesgeschäftsführer Christian Deutsch: „Ich freue mich sehr, dass es gelungen ist, Raphael Brinkert als Partner an Bord der SPÖ-Kommunikation zu holen. Er ist einer der gefragtesten Werber Deutschlands und hat mit seiner erfolgreichen Scholz-Kampagne Maßstäbe in der politischen Kampagnenarbeit gesetzt.“



© BrinkertLück
Raphael Brinkert hat Olaf Scholz am Weg zum Kanzler betreut.