

Digitales Werbefenster der Post wächst weiter

Reaktion auf die verstärkte Nachfrage: Das „Post Werbefenster“ wird mit insgesamt zehn neuen Digital-out-of-Home-Standorten ausgebaut.

WIEN. Digitale Außenwerbung liegt im Trend. Die Österreichische Post AG reagiert auf die verstärkte Nachfrage mit zehn neuen Standorten ihres digitalen Post Werbefensters in vier Bundesländern. Das Digital-out-of-Home-Netzwerk der heimischen Post ist damit österreichweit bereits an 41 frequenzstarken Post-Standorten verfügbar. Das erweiterte Angebot richtet sich vor allem an Geschäftskunden, die ihre Produkte und Dienstleistungen österreichweit bewerben möchten. Die neuen Screens sind ab sofort buchbar.

DOOH liegt im Trend

Mit den neuen Standorten in Wien, der Steiermark, Tirol und Niederösterreich erweitert die Post ihr Schaufenster-Konzept. Nicht einmal zwei Jahre nach Start des innovativen Angebots sind österreichweit nun 41 DOOH-Standorte verfügbar.



Mit den neuen Standorten in Wien, der Steiermark, Tirol und Niederösterreich erweitert die Post ihr Schaufenster-Konzept.

Kampagnen in ganz Österreich

„Mit dem Ausbau unseres DOOH-Netzwerks ermöglichen wir unseren Kundinnen und Kunden verstärkt österreichweite Kampagnen, die auch programmatisch gebucht und mit spezifischem Zielgruppen-Targeting ausgespielt werden können. Durch die zusätzliche Frequenz und die erhöhten Kontaktchancen ist das Post Werbefenster ein attraktiver Bestandteil im Mediamix nationaler Werbestrategien“, sagt Gerald Wiesmühler, verantwortlich für DOOH & Außenwerbung bei der Österreichischen Post AG. Die neuen 75-Zoll-Screens wurden in den vergangenen Wochen

aufgebaut, intensiv getestet und sind ab sofort im österreichweiten DOOH-Netzwerk der Post verfügbar. Die kürzlich eingeführte neue DOOH-Software ermöglicht Werbekunden zudem spannende Targeting-Möglichkeiten. Dadurch werden Streuverluste reduziert.

Hohe Reichweiten

Die Post Werbefenster befinden sich in Schaufenstern frequenzstarker Postfilialen mit Abholstationen und SB-Zonen und werden um freistehende DOOH-Stelen in den Außenbereichen ergänzt. Damit bieten sie eine 24/7-Sichtbarkeit und hohe Reichweiten mit bis zu 3,5

Mio. Bruttokontaktchancen pro Woche. Zudem können Botschaften gezielt regional in den Bundesländern oder österreichweit geschaltet werden.

Reinhard Scheitl, Leitung Digitale Werbung und Innovation, Brief und Werbepost bei der Österreichischen Post AG, ist mit dem Ausbau des DOOH-Netzwerks äußerst zufrieden und meint: „Stück für Stück erweitern wir unser Netz an Digital-out-of-Home-Standorten entlang unserer Aufbaustrategie. Mit den neuen digitalen Post Werbefenstern stärkt die Post ihre Rolle als wichtige Partnerin der heimischen Werbelandschaft.“ (mab)



Gerald Wiesmühler, verantwortlich für DOOH & Außenwerbung bei der Post.