Zugkraft für Polestar

Der Vermarkter setzt neue Modelle des schwedischen E-Autobauers in der der Steiermark, in Kärnten und Tirol bei diversen Roadshows in Szene.

© Zugkraft (2)

Polestar baut auf Zugkraft
„Mit diversen Geotargeting-Maßnahmen werden unter anderem Spots genau dort auf Screens ausgespielt, wo die Zielgruppe unterwegs ist", so Manfred Oschounig, Gründer und Geschäftsführer des Vermarkters Zugkraft.

WIEN. Die schwedische Elektroautomarke Polestar vergrößert ihr Produktportfolio von einem Modell auf drei vollelektrische Premium-Fahrzeuge. Diese können Interessierte seit dem 20. August im Rahmen der Polestar Roadshow an verschiedenen Standorten in ganz Österreich erstmals live erleben.

Zur Bewerbung der Tour setzt Polestar auf digitale Screens von Zugkraft.

Um für die neuen Modelle die Werbetrommel zu rühren, setzte sich Polestar im Rahmen der DOOH-Kampagne mit dem Vermarkter Zugkraft zusammen. Das Unternehmen hat sich auf digitale Außenwerbung spezialisiert und verfügt über ein Netzwerk von 2.000 digitalen Werbeflächen, verteilt in ganz Österreich. Passend zu den einzelnen Tour-Stopps, wird die Roadshow in den jeweiligen Umkreisen der Veranstaltungsorte reichweitenstark auf den Screens von Zugkraft gefeatured, sowohl im Outdoor- als auch im Indoor-Bereich.

Punktgenaue Spots

„Dank Geotargeting werden die Spots genau dort ausgespielt, wo die Zielgruppe unterwegs ist – nämlich auf der Straße und in unmittelbarer Nähe der Tourstopps", erklärt Manfred Oschounig von Zugkraft und fügt hinzu: „Kein anderes Medium kann Autofahrerer und Autofahrerinnen so gezielt ansprechen und sie direkt zu einer Probefahrt mit den neuen Premium-Modellen von Polestar animieren wie unsere Außenwerbeflächen."

Probefahrten können online gebucht oder direkt vor Ort bei den diversen Roadshows vereinbart werden. *(red)*

Eine rasante Kombination

Epamedia und Murtal laden zur Action ein.

WIEN. Action und Entspannung im Murtal – die Regionalkampagne auf Epamedia-Plakaten zeigt, wie beides harmoniert. Nach dem MotoGP am Red Bull Ring, wo über 150.000 Fans für Stimmung sorgten, lädt die Erlebnisregion Murtal zur Erholung ein.

„Wanderungen, Radtouren und ein Besuch in der Aqualux Therme bieten den perfekten Ausgleich", so die Epamedia in einer Aussendung. Die Plakate in Kärnten und der Steiermark zeigen einen Radfahrer und einen MotoGP-Fahrer in der Berglandschaft, begleitet vom Slogan: „Motorentspannung – Die Mischung macht's". „Beschleunigung und Entschleunigung passen perfekt zusammen", so Filipp Rothe (Bild 2.v.l.) von Epamedia. *(red)*

© Epamedia

Unter dem Motto „Die Mischung macht's" wirbt Epamedia für das Murtal.