

POWERFLAG

Fahngärtner:
Auf Vollmast

© Fahngärtner

MITTERSILL. Flagge zeigen, ganz buchstäblich – und mit (Werbe-)botschaft. Für den Außenaustritt hat Fahngärtner die „Powerflag“ im Premium-Programm. Dauerhaft auf Vollmast weht der Info- und Werbeträger angesichts seiner Witterungsbeständigkeit, wie es aus dem Pinzgauer Unternehmen heißt. Weitere Vorteile: der 100% Durchdruck, Lichtechtheit sowie Farbbrillanz – dank Digitaldruckmaschine ColorBooster DS auch bei Einzelstücken oder kleineren Stückzahlen. „Die Powerflag vereint Eleganz, Komfort und Umweltbewusstsein mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis“, so die Salzburger.

EVENTBOTSCHAFTER

Spiel und Sport
von no problem

© no problem

TRESDORF/WIEN. Nicht nur Fußball ist wieder in aller Munde. Auch die „World Men's Curling Championship 2016“, die im April in Basel über die Bühne gegangen ist, fand – in zugegeben kleineren Fankreisen – große Beachtung. Und das nicht zuletzt deshalb, weil ein vier Meter großer Curlingstein (Bild) – made by Inflatable-Hersteller no problem – als Event-Botschafter durch die Baseler Innenstadt schwebte.

Etwas spielerischer, aber nicht weniger sportlich ging es auf dem aufblasbaren Mobile-Kid-Verkehrsparcour zu, den Mercedes-Benz in Kooperation mit Ravensburger von den Experten von no problem anfertigen ließ. Start des Spiel-Parcours war im April auf der i-Mobility-Messe in Stuttgart, seither tourt der Parcour erfolgreich durch Deutschland. „Besonders wenn Inflatables für spielerische Zwecke angefertigt werden, braucht es Fachwissen in der Umsetzung“, so no problem-Chef Adolf Blaim. „Gerade wenn Kinder Inflatables nutzen sollen, steht eine exakte und hochwertige Ausführung und natürlich die Sicherheit im Vordergrund.“

Werbe-Leuchtturm wird eingeschaltet

Höhenluft schnuppern: Mit dem „Epamedia-Tower“ präsentiert der Out-of-Home-Anbieter die nächste Produktgeneration der digitalen Außenwerbung.

WIEN/ÖSTERREICH. Die einjährige Entwicklungsarbeit, zusammen mit einem High-End-Technologiepartner, ist abgeschlossen. Jetzt will Epamedia in Sachen digitaler Außenwerbung hoch hinaus – und das auch abseits urbaner Ballungsräume. Der Epamedia-Tower soll Kampagnen direkt in das Zentrum des Geschehens bringen und kann dank starker Leuchtkraft auch bei Tageslicht nicht übersehen werden, heißt es zum Mega-Kick-off aus der Wiener Unternehmenszentrale.

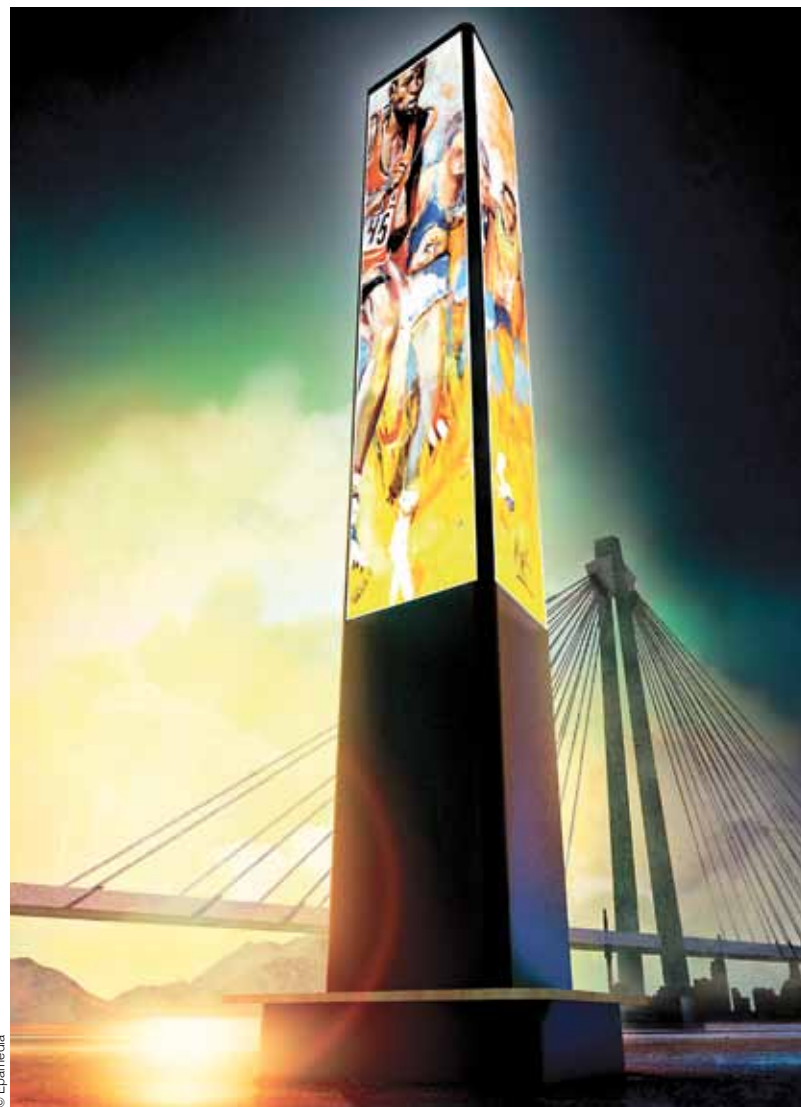
Der insgesamt acht Meter hohe Turm zeigt drei überdimensionale Screens (im Format von rund 1,5 x 4,5 Metern), die in Summe eine Projektionsfläche von etwa 21 m² schaffen. Diese können sowohl zusammenhängend als auch einzeln bespielt werden, wobei den digitalen Präsentationsmöglichkeiten laut Außenwerber kaum Grenzen gesetzt sind.

„Neuer, digitaler Maßstab“

„Die hohe Kundennachfrage hat uns gezeigt, dass visuelle Kampagnen überdurchschnittlich wirksam sind, wenn sie flexibel und in ansprechendem Kontext eingesetzt werden“, betont Epamedia-Chefin Brigitte Ecker anlässlich der Produktvorstellung. Der Epamedia-Tower sei das Resultat eines „unkonventionellen Zugangs zu digitaler Außenwerbung.“ Botschaften würden nach den neuesten Maßstäben inszeniert.

Starke Nachfrage

Der neue Werbeträger mache sich bereits vor dem offiziellen Verkaufsstart in Österreich bezahlt, heißt es mit Blick auf erste Buchungseingänge. Neben Premiereinsätzen auf Großveranstaltungen



© Epamedia

noch in diesem Frühjahr meldet der Out-of-Home-Anbieter auch bereits erste Anfragen aus dem Ausland, u. a. aus Deutschland, der Türkei und den Arabischen Emiraten.

Weitere Events seien hierzulande bereits in Vorbereitung, heißt es aus dem Verkauf. Wobei der Fokus

Spezifikationen

Turm-Technik	Screen-Details
Gewicht ca. 6,2 t	Physik. Auflösung 8,0 mm
Höhe 8 m	Pixeldichte 15.625 Pixel/m ²
Towerbreite 1,8 m	Helligkeit 5.200 nits
Standfläche 3,35 m ²	

Zugriffszahlen verdreifacht

Infoscreen to go: App-Relaunch mit Routenplaner und „Push Nachrichten“; Fußball-EM-Feature ist in Vorbereitung.

WIEN. Tausende Österreicher haben vom Rücktritt Werner Faymanns zuerst aus der Infoscreen-App erfahren. Die „Push-Nachrichten“ sind aber nur eines von vielen neuen Features, die der Infoscreen-App-Relaunch mit sich gebracht hat. Ein Routenplaner für den gesamten öffentlichen Verkehr in Österreich, ein neues Screendesign mit Gesamtüberblick über alle Ressorts oder der Soforteinstieg zu Gewinnspielen haben bis dato die Zugriffszahlen verdreifacht.

Userwünsche integriert

„Eigentlich haben unsere User den Relaunch gemacht“, klärt Marketing Director Sheela Rapf auf. Deren Vorlieben und ihr Navigationsverhalten seien genau analysiert und basierend darauf die App



Marketing Director Sheela Rapf präsentiert die relaunched Infoscreen-App.

komplett neu konzipiert worden. Knapp 25.000 aktive User hätten so die Taschenformat-Ausgabe des Fahrgast TV-Senders mitgeprägt. „Es sind unsere bekannten Stärken, die bei unseren Nutzern besondere

Resonanz erzeugen: die Aktualität unserer Nachrichten und Gewinnspiele mit attraktiven Preisen“, so die Expertein. Diese Bereiche dominieren nun das Screendesign – und wurden optisch aufgewertet.

”

Der Epamedia-Tower ist das Resultat unseres unkonventionellen Zugangs zu digitaler Außenwerbung.

Brigitte Ecker
GF Epamedia

“

auf Konzerten, Festivals oder großen Veranstaltungen liegen würde.

Storytelling und Interaktion

Technisch eröffnet sich ein breites Werbefeld: Drei leuchtstarke (5.200 nits) und tageslichttaugliche LED-Screens mit einem Pixelabstand von nur acht Millimetern sind flexibel ansteuerbar; damit kann der Content bei Zusammenschaltung aller drei Bildschirme um den Epamedia-Tower rotieren – eine Steilvorlage für unverwechselbare Storytelling-Momente, so die Entwickler. Die LED-Flächen lassen sich aber auch separat voneinander schalten und bespielen. Ebenfalls big on digital screen: Standbilder, Animationen und Videos.

Die integrierte High Speed-Webanbindung sorgt auf Wunsch für die laufende Aktualisierung der Inhalte; auch Live-Streams und Real Time Advertising funktionieren im hohen Großformat.

Interaktion wird bei Epamedia ebenfalls groß geschrieben: Mittels Kinect 2.0-Modul können Konsumenten die Animation durch Gesten und Bewegungen steuern und so direkt mit dem Produkt oder der Marke interagieren. Wer eine Pause braucht, findet mit der Sitzbank aus Ebenholz am Fuß des LED-Towers einen Ort zum Durchatmen und Entspannen. (rg)

Laut Rapf stoße v.a. auch der Routenplaner auf Interesse.

Dafür greift die App auf die Dienste von Verkehrsauskunft Österreich (VAO) zu. „Wir verarbeiten bei einer konkreten Anfrage die von den Verkehrsverbänden zur Verfügung gestellten Fahrpläne zu Routinginformationen; diese können via App direkt von unserem Auskunftsserver abgerufen werden“, konkretisiert VAO-Chef Stefan Mayr. Binnen Sekunden wird so etwa die Route von der Wiener City ins Dorf Hühnergesschrei im oberen Mühlviertel mit exakten Abfahrts- und Ankunftszeiten, Umstiegen und der Gesamtreisezeit angezeigt.

EM-Feature für Fußball-Fans

Jetzt bringt Infoscreen zusätzlich den Ball ins Spiel. „Unser nächstes großes Thema ist die Fußball-EM“, informiert Rapf. Bis zum ersten Match unseres Nationalteams gegen Ungarn arbeitet ihr Team an einem Feature, das möglichst viel EM-Stimmung aufs Smartphone zaubern soll. Sie ist überzeugt: „So werden unsere Nutzer die Infoscreen-App noch ein Stückchen mehr schätzen.“ (red)