



© Epamedia (2)

Inszenierung
Drei Wartehäuschen in Salzburg dürfen sich freuen: Die Salzburg AG wirbt gemeinsam mit Epamedia und verleiht ihnen ein neues Gewand.

Ganz schön gemütlich

Wenn das Wartehäuschen plötzlich in rot-weiß-rot leuchtet, Vorhänge hat und ein WiFi-Hotspot ist, war wohl Epamedia am Werk.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN/SALZBURG. Ein Wartehäuschen verwandelt sich in ein gemütliches Wohnzimmer, mit Vorhängen und „Parkettboden“. Hier wirbt die Salzburg AG in Zusammenarbeit mit Epamedia. Konkret geht es um das High-speed Breitband-Internet, sauberen Strom aus erneuerbarer Energie und andere Geschäftsbereiche.

„Die neue Kampagne zeigt die breiten Produkt- und Leistungsfelder der Salzburg AG“, sagt Daniela Kinz, Leiterin Kommunikations-Management in der Salzburg AG, und setzt

fort: „Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt, und das spiegelt sich auch in der aktuellen Werbekampagne wider. Mit der Gestaltung der Wartehäuschen als ‚Ratzfatz Zone‘ mit kostenlosen WiFi-Hotspots machen wir unser Internetprodukt für alle Salzburgerinnen und Salzburger erlebbar.“

Optisches Highlight

Neben drei umgestalteten Wartehäuschen setzt man auch auf beleuchtete Citylights, Posterlights sowie klassische Plakate. Wobei das optische Highlight wohl ganz klar die Wartehäuschen sind. „Die auffällige Ge-

staltung der Wartehäuschen sorgt auch für zusätzliche Viralität der gelungenen Kampagne: Sie sind der perfekte Rahmen für Selfies und Fotos, die für einen verstärkten Werbeeffect in digitalen Medien sorgen“, ist Epamedia-Geschäftsführerin Brigitte Ecker vom Erfolg der kreativen Werbeidee überzeugt.

Im Oktober hatte schon Erdinger Weißbräu mithilfe von Epamedia Formate gesprengt. Im Rahmen der „Alkoholfrei Aktiv-Tour“, die mit über 400 Ausdauersport-Veranstaltungen in Deutschland, Österreich, Schweiz, Großbritannien und den Vereinigten Staaten ein

großer Erfolg war, setzte man in Vorarlberg auf eine dreidimensionale Formatsprengung; Bierflasche, Dose und ein Glas stechen so hervor und zeigen im Hintergrund motivierte Läufer.

Große Aufmerksamkeit

„Die Sonderinszenierung in Zusammenarbeit mit Epamedia hat eine aktivierende Wirkung und unterstreicht die Positionierung von Erdinger Alkoholfrei als isotonischer Durstlöcher. Das innovative Format sorgte für eine große Aufmerksamkeit“, so Daniela Martens, Marketing- und Mediaplanung bei der Privatbrauerei Erdinger.



DAS UNTERNEHMEN

Facts zu Epamedia

Werbeflächen

Mit rund 21.500 Plakatflächen, über 4.000 Citylight- und

Blickfang

Die Erdinger Format-sprengung.

1.000 Scrollerflächen sowie Big Boards, Teletlights, Sonderwerbeflächen und mobilen Plakatflächen ist Epamedia der führende Out-of-Home-Anbieter in Österreich.

Das dichte Netz in allen neun Bundesländern ist die Basis für Kampagnen und kreative Sonderumsetzungen, die für hohe Awareness sorgen. Die Geschäftsführung

setzt sich aus Brigitte Ecker und Alexander Labschütz zusammen.

Weitere Informationen finden sich auf der Website: www.epamedia.at