

**Live dabei**

Heuer gibt es einen Livestream des österreichischen Red Bull Air Race auf allen Infoscreens in den Wiener U-Bahn-Stationen.

Red Bull fliegt in der U-Bahn

Air Race: Breit angelegte Infoscreen-Kampagne unterstützt den Kunstflug-Event in Wiener Neustadt.

WIEN/WIENER NEUSTADT. Nach drei Gastspielen auf dem Red Bull Ring in Spielberg von 2014 bis 2016 kehrt die Red Bull Air Race-Weltmeisterschaft nach einem Jahr Pause nach Österreich zurück.

In wenigen Tagen, am 15. und 16. September kämpfen insgesamt vierzehn Piloten in der Master Class auf dem brandneuen Kurs am geschichtsträchtigen Flugfeld Wiener Neustadt um Punkte für die Weltmeisterschaft.

Live-Übertragung in U-Bahn

Um dem von Cayenne Media Contacta GmbH veranstalteten Event im Vorfeld die größtmögliche Aufmerksamkeit der Fans zu sichern, wurde gemeinsam mit Infoscreen eine umfangreiche Kampagne lanciert.

Deren Höhepunkt ist der Livestream des österreichischen

”

Red Bull ist bereits seit 2003 unser Kunde und wir haben über die Jahre konstant erfolgreich zusammengearbeitet.

Sascha Berndl
GF Infoscreen

“

Red Bull Air Race auf allen Infoscreens in den Wiener U-Bahn-Stationen.

„Als einziges digitales Nachrichten- und Informationsmedium im öffentlichen Raum mit einem Millionenpublikum ist



© Christoph H. Benets

Infoscreen der ideale Kampagnenpartner für den Event in Wiener Neustadt, bei dem rund 30.000 Flugsportbegeisterte erwartet werden. Red Bull ist bereits seit 2003 unser Kunde und wir haben über die Jahre konstant erfolgreich zusammengear-

beitet. Die Dimension der Kampagne für das Red Bull Air Race ist allerdings – sowohl was die Größe, als auch was den Livestream betrifft – für uns eine neue Herausforderung“, unterstreicht Infoscreen-Geschäftsführer Sascha Berndl.

Diverse Kampagnenaktionen

Neben dem Livestream am Race Day, dessen Bilder direkt aus der TV-Zentrale des Red Bull Air Race in die U-Bahn-Stationen der österreichischen Bundeshauptstadt geliefert werden, besteht die Kampagne aus zahlreichen ineinandergreifenden Puzzleteilchen; dazu zählen ein fünfsekündiger Ankündigungsspot, der als ‚Last Spot‘ unmittelbar vor der Einfahrt der U-Bahn in die Station, für höchstmögliche Reichweite sorgt, drei verschiedene redaktionelle Ankündigungen sowie fünf Veranstaltungstipps.

Digitaler Vorreiter

Zusätzlich werden in einem Gewinnspiel am Screen und in der Infoscreen-App 3 x 2 VIP-Pässe für das Spektakel in Wiener Neustadt vergeben. „Als Vorreiter im digitalen Out-of-Home-Werbemarkt ist es für uns daher selbstverständlich, dass wir diese einzigartige Veranstaltung unterstützen“, so Berndl abschließend. (red)