

IMPACTSTARKE OOH-STRATEGIE

Mindshare und Ogilvy setzen bei Raiffeisen-Kampagne auf Moos-Installation der Epamedia

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Montag, 28. September 2020



V.l.n.r.: Tobias Schweiger (Account Manager, Epamedia), Andrea Pany (Client Service Manager, Epamedia), Teresa Baumgartner (Executive Client Leadership, Mindshare), Verena Valda (Retail Customers Marketing, Raiffeisen Club Österreich), Christopher Neiber (Retail Customers Marketing, Raiffeisen Club Österreich), Marcus Zinn (Director Sales, Epamedia)

(/news/media/6/Raiffeisen-Club-59142.jpeg)

Ein mit Moos begrünter und abends mit LED beleuchteter Schriftzug an den Plakatwänden soll im Zuge der aktuellen Kampagne des Raiffeisen Clubs alle Blicke auf sich ziehen.

Mit der Kampagne "Aufbäumen" möchte der Raiffeisen Club Jugendliche ermutigen, sich aufzumachen, sich stark zu machen und für ihre eigenen Werte und Ideale einzustehen. Dabei wird den jungen Leuten nichts vorgeschrieben, sondern Hilfe zur Selbsthilfe geleistet. Ganz nach dem Motto von Gründer Friedrich Wilhelm Raiffeisen, der Hilfe zur Selbsthilfe als einzigen Weg zur nachhaltigen Verbesserung der Lebenssituation sah.

Um "Aufbäumen" auch punktgenau an die Zielgruppe zu bringen, konzipierten und kreierte die Agenturen Mindshare und Ogilvy eine impactstarke österreichweite Cross-Media-Kampagne. Mit mehr als 1400

Plakaten und Posterlights im österreichweiten Epamedia-Netz setzt der Raiffeisen Club dabei auch gezielt auf Außenwerbung. Garniert wird die Out-of-Home-Kampagne mit einer Sonderinszenierung, bei der einige der Plakatflächen den Schriftzug "Aufbäumen" als Moos-Installation zeigen. Durch Ambient Light wird der Schriftzug auch abends beleuchtet und sorgt für entsprechende Aufmerksamkeit. Die OOH-Sonderinszenierung soll die Werte der Kampagne impactstark in den öffentlichen Raum bringen.



Ambient Light

(/news/media/6/Raiffeisen-Club-59144.jpeg)"Die Moos-Installation ist eine einzigartige Sonderumsetzung. Das Experten-Team bei Epamedia hat das Know-How und die Erfahrung, um die Möglichkeiten von Out-of-Home kreativ und aufmerksamkeitsstark auszuschöpfen. Wir freuen uns, mit unseren Kunden immer wieder neue und spannende Wege in der Außenwerbung zu beschreiten", erläutert Marcus Zinn, Director Sales Epamedia.

MEHR DAZU

ANIMIERTE ANIMIERUNG

Raiffeisen Club lässt Jugend 'aufbäumen'

Ogilvy und Mindshare lancieren für Raiffeisen Club eine neue Werte-Kampagne. »

(/marketing/news/animierte-animierung-raiffeisen-club-laesst-jugend-aufbaeumen-82223)



