

## SHORT

## Veloce Fahrradboten am Puls der Zeit



Agentur Neutor und Veloce bieten mit veloCity ein impactstarkes Produkt.

Wien. Das neue Schlagwort in Sachen Außenwerbung heißt Ambient Media. Genau in diese Richtung geht veloCity, ein Kooperationsprojekt der Agentur Neutor und den Fahrradboten von Veloce. Ganz nach Kundenwunsch werden Trikots und Rucksäcke der Radfahrer gebrandet, die monatlich für vier Mio. Sichtkontakte sorgen. Damit zählt veloCity zu den Shooting-Stars der mobilen Werbeflächen. Rainer Patak, Geschäftsführer der Agentur Neutor, meint dazu: „Mit veloCity haben wir ein kreatives und impactstarkes Produkt in der Außenwerbung geschaffen und liegen damit am Puls der Zeit. Kunden wie Radlberger und Ottakringer unterstreichen die Attraktivität dieses Werbetools.“ [www.agenturneutor.at](http://www.agenturneutor.at)

## Emotionale Botschaft der ÖBB an Jugendliche



Gabriele Lutter und Herwig Wiltberger präsentieren „Ich bin sicher ...“.

Wien. Mit einer emotionalen Botschaft machen die ÖBB seit September dieses Jahres in einer österreichweiten Kampagne auf die Risiken des unerlaubten Überschreitens von Gleislagen aufmerksam. Gabriele Lutter, Vorstandsdirektorin ÖBB-Personenverkehr AG, und Herwig Wiltberger, Vorstandsdirektor ÖBB-Infrastruktur Betrieb AG, übernahmen es persönlich, die ersten Flyer am Bahnhof Mödling an Schüler zu verteilen. Zusätzlich zu den Flugblättern, die schwerpunktmäßig an 200 ausgewählten Verkehrsstationen verteilt werden, wendet sich Österreichs größter Mobilitätsdienstleister weiters mit Plakaten in allen 1.355 ÖBB-Bahnhöfen an die Jugendlichen. [www.oebb.at](http://www.oebb.at)

## Bewegte Bilder als effektive Eyecatcher

München. Ein neues Konzept, Werbebotschaften als bewegte Bilder auf Inside-Out-Screens an hochfrequentierten Plätzen in Großstädten auszustrahlen, hat die Firma Inside-Out entwickelt. Über eine UMTS-Verbindung können – auf beliebig vielen Screens gleichzeitig – Werbefilme übermittelt werden. Der Vorteil: Der Einsatz von bewegten Bildern erhöht die Aufmerksamkeit der Konsumenten wesentlich mehr als Plakate.

Medialight Die Fahrrad-Abstellmöglichkeit von Medialight für jeden gewünschten Standort bietet Werbechancen

## Werbung ganz flexibel

Das moderne Quick-Clip-System sorgt für ein sekundenschnelles Austauschen der Werbeplakate.

NINA PACHERNEGG

Mank. Medialight bietet Neuigkeiten aus New York, der Stadt der Werbung, an: Der Mediaständer mit Fahrradabstellmöglichkeit für jeden gewünschten Standort. „Der Standort für den Medialight-Ständer kann frei gewählt werden. Medialight sorgt für die Umsetzung und natürlich gibt es den Medialight-Ständer auch als Kaufvariante“, erklärt Medialight-Geschäftsführer Franz Umgeher. Diese neue Werbefläche mit Fahrradabstellmöglichkeit ist eine sehr beliebte Variante sowie Ergänzung zu jeder modernen beliebigen Werbeform. „Und natürlich kann dieser Werbeposter bei Medialight auch als Präsentation betrachtet werden“, so Umgeher.

Die Werbefläche besteht aus zwei Alu-Klapprahmen, silberfarbig, eloxiert mit einer Größe von DIN A1 quer. „Der Posterwechsel

ist mit einem modernen Quick-Clip-System versehen für ein sekundenschnelles Austauschen“, so Umgeher. Die Radeinstellung ist auf nur einer oder auch auf beiden Seiten möglich.

## Stahlkonstruktion

Der Ständer ist praktisch, leicht zu bewegen mit Laufrollen auf der Seite. Die stabile Stahlkonstruktion mit bogenförmigen Bügeln ist korrosionsgeschützt und wertbeständig durch die Verzinkung. Auch für Mountainbikes ist dieser Ständer geeignet, da er genügend Platz für eine Reifenbreite mit bis zu 55 mm aufweist mit einer Stellraumtiefe von ca. 3200 mm.

Umgeher: „Ebenso wird bei Medialight auf die Umwelt rücksicht genommen und die Verpackung beim Versand besteht aus recycelbarer Verpackung.“

[www.medialight.at](http://www.medialight.at)



Medialight-GF Franz Umgeher bietet den Mediaständer auch als Kaufvariante an.

CityChannel In allen Segmenten erweitert CityChannel und strebt dieses Jahr eine 60%ige Umsatzsteigerung an

## Das Österreich-Netz wächst und wächst

Wien. CityChannel erweitert in allen Segmenten und strebt dieses Jahr eine 60%ige Umsatzsteigerung an. Geschäftsführer Alexander Christ: „Der Vorteil, tagesaktuelle Themen zu günstigen Preisen auf der Straße kommunizieren zu können, wird immer mehr erkannt. Verstärkt werden Videowalls in Ergänzung zu tagesaktuellen Printkampagnen genutzt. Gegenüber dem Vorjahr erwarten wir heuer wieder eine Steigerung im hohen zweistelligen Prozentbereich.“

## CityChannel Ski-Netz

Mit Sitour hat CityChannel einen starken Partner für das CityChannel Ski-Netz. Dieses Jahr werden mit den zwei neuen Skizentren Hin-



GF Alexander Christ freut sich über 29 Videowalls mit täglich einer Mio. Kontakten.

terstoder und Neustift im Stubaital schon zehn Videowall-Standorte an österreichischen Bergbahnen vermarktet. Bereits 25% der einheimischen Skiurlauber und über ein Mio. deutsche Gäste werden über dieses Netz erreicht. Christ: „CityChannels Ski-Netz ermöglicht den Werbern eine flexible, kreative und direkte Ansprache ihrer Zielgruppe. Auf unseren Screens läuft eine gute Mischung aus Lifestyle, News, regionaler Info und Werbung – es macht Spaß.“ Auch das Österreich-Netz wurde um einige sehr interessante Standorte erweitert und hält momentan bei 29 Videowalls mit über ein Mio. Kontaktchancen pro Tag. Diese werden immer mehr von internationalen Kunden wahrgenommen. [www.citychannel.com](http://www.citychannel.com)

CoolCar Unabhängigkeit mit kurzen Vorlaufzeiten

## Ambient Media im Einsatz

Wien. „Wir sind nicht nur Ambient Media Österreich-Mitglied der ersten Stunde, sondern haben auch schon im Vorfeld viel Lobbyingarbeit für mehr Transparenz und Akzeptanz geleistet“, sagt Torsten Korn, CoolCar-Geschäftsführer. Studien, wie sie vom deutschen Fachverband für Ambient Media bei Entscheidern aus der Werbebranche durchgeführt wurden beweisen, „dass es allerhöchste Zeit wurde, dass sich auch in Österreich alle Anbieter an einen Tisch setzen, um gemeinsam die Werbetreibenden und Mediaagenturen davon zu überzeugen, wie positiv und sinnvoll der Einsatz von Ambient Media ist“, so Korn.

## Die Ergänzung zu Plakaten

CoolCar arbeitet schon lange mit Mediaagenturen, aber vor allem mit Kreativ-, Event- und Promotionsagenturen Hand in Hand. Immer öfter wird CoolCar auch von den großen Außenwerbeunternehmen, die mittlerweile selbst eigene Units gegründet haben, als Ergänzung zu Plakaten gebucht. CoolCar stellt übrigens nicht nur Minis für Wer-

be-/Promotionzwecke zur Verfügung, sondern druckt und beklebt auch die Minis selbst. „Somit sind wir unabhängig, haben keine langen Vorlaufzeiten und können auf Last-Minute-Aufträge flexibel reagieren. Bei CoolCar können Firmen auch ihre eigene Firmenflotte bedrucken und bekleben lassen“, so Korn. Nach Nestlé Schöllner sorgt übrigens auch Emmi mit Caffe Latte für Erfrischung auf Wiens Straßen. [www.coolcar.at](http://www.coolcar.at)



Auch bei der Umsetzung spielt die Geschwindigkeit für Firstload.at eine Rolle.

## die kueche Buswerbung in Wiener Neustadt im Trend Blickkontakte an den Haltestellen

Wiener Neustadt. Die kueche in Wiener Neustadt ist die Agentur mit Geschmack. Bisher in trauter Zweisamkeit mit der eventkueche am Standort vereint und Full Service Anbieter in Sachen Marketing & Event, hat die kueche dieses Jahr Zuwachs bekommen: Die Agentur ist jetzt auch als Vermarkter von Busflächen aktiv, da das Thema der mobilen Außenwerbung laut Geschäftsführerin Anita Oberhofer bisher im Ballungsraum Wiener Neustadt noch „in den Kinderschuhen steckte“.

## Zusätzliche Blickkontakte

Buswerbung ist die ideale Ergänzung zu allen anderen Werbeformen. Die meisten Buskunden befahren die Routen bis zu fünf- oder sechsmal in der Woche. Auch zusätzliche Blickkontakte aus vorbeifahrenden Autos, Fußgänger und Radfahrer und nachhaltige Blickkontakte an den Haltestellen zählen hier. „Mittlerweile haben diverse Unternehmen die Qualität der Buswerbung erkannt und Busse mit Branding häufen sich in der attraktiven Region im süd-

lichen Niederösterreich und dem nördlichen Burgenland. Auch Agenturen werden vermehrt auf unser Angebot aufmerksam und buchen über uns“, so Alexander Csitkovits, Projektleiter der Buswerbung. Alle Unternehmen, die selbst noch kein Sujet haben, werden direkt von der Agentur die kueche und ihren Grafikern versorgt – „denn in erster Linie ist und bleibt man natürlich Werbeagentur“.

[www.agentur-diekueche.at](http://www.agentur-diekueche.at)



Die Kampagne des WIFI für das neue Kursbuch startete im September.