



**Ihr Spezialist für
Besonderwerbeformen.**

Warten kann auch Spaß machen!

Wer kennt das nicht! Sie stehen an einer Haltestelle und warten auf das nächste Verkehrsmittel ... und es kommt nicht! Doch statt sich zu ärgern freuen Sie sich über die kreative Inszenierung und das Entertainment.

Mo:media macht Bushaltestellen zu einem echten Erlebnis. Gemeinsam mit Ihnen helfen wir Botschaften zu präsentieren und sie so für jeden erlebbar zu machen.

*Out of Home
ist Erlebnis pur!*



Neben Plakatwerbung, Rolling Board, U-Bahn Totalbranding und vielem mehr bietet die Werbung an Bushaltestelle großen Raum für vielfältige und ausgefallene Werbung.

Zielgruppe:

- Schüler, Studenten, Berufstätige
- Personen mit geringem bis mittlerem Einkommen
- Ältere Personen, die selbst kein Auto mehr fahren können

Der Klassische Großverdiener wird nur in den seltensten Fällen auf den Bus als Verkehrsmittel umsteigen. Entweder nutzt er das eigene Fahrzeug oder bestellt sich ein Taxi. Dennoch gilt grundsätzlich, dass ein Großteil der Bevölkerung über Werbung an Bushaltestellen erreicht werden kann. Denn auch wer nicht direkt mit dem Bus



Ihr Spezialist für Besonderwerbformen.

fährt, kommt als Verkehrsteilnehmer zwangsweise mit den Haltestellen in Kontakt.

Wer kann mit Werbung an Bushaltestellen erreicht werden?

Bushaltestellen gibt es praktisch in allen Städten Österreichs. Selbst in kleineren Gemeinden finden sich Haltestellen, hier ist der Bus sogar oft das einzige Transportmittel. Für Werbetreibende bietet das den Vorteil, dass die Maßnahmen an der Bushaltestelle in ganz Österreich umgesetzt werden können. Allerdings muss berücksichtigt werden, welche Zielgruppen in der Regel mit dem Bus fahren und damit auch an der Haltestelle warten.

Warten kann auch Spaß machen!

Es gibt 3 Möglichkeiten eine Haltestelle mit Ihre Werbebotschaft zu inszenieren:

1. Klassische Plakatwerbung mit Formatsprengung/Offline

- ✓ unterschiedliche Formate, 8-16-24 oder 48-Bogen-Plakat
- ✓ innovative Gestaltungsmöglichkeiten
- ✓ hochfrequentierte Standorte
- ✓ positiver Imagetransfer
- ✓ Mit dem City Light bei Haltestellen wird selbst die Zeit bis zum nächsten öffentlichen Verkehrsmittel bestens unterhalten. Der Werbeträger zieht die Blicke auf sich und erreicht die Menschen einer immer mobiler werdenden Gesellschaft. Ob aus Straßenbahn, am Fahrrad, aus vorbeifahrenden Autos oder an der Station – das City Light steht gerne und oft im Mittelpunkt. Wartehallen sind daher für uns mehr als nur modernes Stadtmobiliar. Wir machen sie zum



Ihr Spezialist für Besonderwerbeformen.

- ✓ aufmerksamkeitsstarken Eye-Catcher im urbanen Raum.
- ✓ Hinterleuchtung und ggf. aufmerksamkeitsstarker MotivwechslerIn Wartesituationen und in Fußgängerbereichen können City-Light-Poster Detailinformationen transportieren

2. Digital (Digital Screen Akkustik, Touch, Riechen (Alfaktisch))

- ✓ Hohe Kontaktdichte und flächendeckende Präsenz im Stadtgebiet erlaubt schnelle Verankerung der Produktbotschaft
- ✓ Mittelpunkt. Wartehallen sind daher für uns mehr als nur modernes Stadtmobiliar. Wir machen sie zum aufmerksamkeitsstarken Eye-Catcher im urbanen Raum.



3. Interaktiv

Wie wird eine Bushaltestelle zum Marketing-Hot-Spot?

- Zum Beispiel so: In Sydney stattete der Autoversicherer NRMA Insurance eine Bushaltestelle mit einem Soundsystem aus und verwandelte sie in eine riesige Jukebox. Die wartenden Busgäste konnten mit Hilfe eines QR-Codes und einer App, die über die NRMA-Facebookseite heruntergeladen werden konnte, Songs auswählen, die dann an der Bushaltestelle

gespielt werden können. Die Botschaft von NRMA: In den Policen sind auch die Auto-Soundsysteme versichert.

- In London wurde eine Bushaltestelle mit einer HD-Kamera ausgestattet, die durch Gesichtserkennung feststellte, ob eine Frau oder ein Mann vor der Werbeanzeige steht. Je nachdem zeigte sie unterschiedliche Inhalte. Frauen bekamen einen 40-Sekunden-Spot gezeigt, Männer nur eine URL – und keinen Zugang zur Werbung. Die Initiative "Because I am a Girl" von Plan UK machte darauf aufmerksam, dass Mädchen und Frauen in vielen Teilen der Welt der Zugang zu Bildung und öffentlichem Leben verwehrt wird.
- Noch spezieller war eine Kampagne von McCain Foods, die olfaktorisch die Aufmerksamkeit der Wartenden erregte. Auf der Werbetafel war eine überdimensionale Ofenkartoffel zu sehen, die auf einen Knopfdruck warm wurde und zu duften begann. Neben dem sinnlichen Erlebnis bekamen die Wartenden Gutscheine für das neue Produkt.



Die Aufmerksamkeit der reizüberfluteten Kunden zu erlangen stellt Werbende vor eine riesige Herausforderung. Selbst personalisierte, hochindividualisierte Anzeigen sind ergebnislos, wenn der Empfänger sie nicht registriert. Plätze, an denen Menschen warten müssen, sind ideale Orte, um Aufmerksamkeit zu erregen – interaktiv und mit multisensualem Unterhaltungswert. Besonders spannend wird künftig die Schnittstelle On- und OfflineMarketing. Einer Neudefinition der Bushaltestelle steht nichts mehr im Wege.



Mo:media Vorteile im Überblick:

- Buchung ist lokal, regional und national möglich
- Hohe Reichweite und Sichtbarkeit
- Einfache Abwicklung durch eine fixe Anlaufstelle
- Für Aktionen und Imagewerbung ideal
- Auch für kleine Budgets geeignet
- Verkehrsteilnehmer zwangsweise mit den Haltestellen in Kontakt.

Kontakt:

mo:media

+43 664 232 9090

hello@momedia.at

www.momedia.at!

***Kontaktieren Sie mich doch einfach unter hello@momedia.at.
Ich freue mich, von Ihnen zu lesen und auf eine gemeinsame
Etappe auf Ihrem Erfolgsweg!***

Ihr Möglichmacher Manfred Oschounig