

aWs Allerstorfer Werbeservice Das Serviceunternehmen für „Out-of-Home“-Media geht mit einem Website-Relaunch in eine dynamische Zukunft

Highlight im virtuellen Raum

Das durchgehende Branding als System- und Lösungsanbieter ist auf der Website deutlich sichtbar.

Rotteneck. „Dynamisch, lebendig und spannend“, mit diesen Worten befundet Andreas Allerstorfer, Geschäftsführer von aWs Allerstorfer Werbeservice, die derzeitige Situation seines Unternehmens. „In der Außenwerbung gibt es Megatrends, die große Chancen für die Branche und ihre Kunden offenhält. Die verschiedenen Kanäle im Media-Mix ergänzen einander in übergreifenden Kampagnen sehr gut.“

Zukunftsfähige Strukturen

Mit Digital-out-of-Home (DOOH) würden sich derzeit völlig neue Chancen für Firmen eröffnen, ihre Kunden zu erreichen oder mit ihnen in Interaktion zu treten.

Allerstorfer dazu: „DOOH holt die digitalen Medien vom Computer, vom Tablet, vom Handy und bringt sie in den gemeinsamen öffentlichen Raum.“

Um diese spannenden Entwicklungen zu nutzen, hat aWs zukunftsfähige Strukturen geschaffen, die jetzt auch im Außenauftritt sichtbar werden. Das durchgehende Branding als System- und Lösungsanbieter wird nun auf der Website durch eine Dreiteilung – „Produkte“, „Leistungen“, „Media“ – gut erkennbar.

Der Geschäftsführer dazu: „Von der High-End LED-Video-Wall im XXL-Format über digitale Monitorstelen und klassische LED-hinterleuchtete Vitrinen bis hin zum innovativen Street-Furniture liefern wir einfach alles rund um Outdoor in allerhöchster Qualität.“

Aber auch der klassische OOH-Bereich sei für ihn ein Evergreen: „Stabil, formschön und praktisch lädt er zum Verweilen ein, damit wir uns gern im öffentlichen Raum bewegen und treffen.“

Leistungen & Media

Um die Sicherheit von Kindern zu steigern, entwickelte Allerstorfer etwa die „Street-Furniture“-Serie „Julie“.

„Mit gezieltem Schulbranding schafft man Bewusstseinsbildung und so mehr Rücksichtnahme des Autoverkehrs“, erklärt Allerstorfer weiter.

Durchdachte Planung und professionelle Umsetzung seien die Schlüssel zum Erfolg. Hinter dem Website-Menüpunkt „Leistungen“ entdeckt man alles, was eine Projektrealisierung beinhalten kann: Bewilligungsverfahren, ineinandergreifende Logistik, Montage, Service, Wartung, etc.

„Und unter ‚Media‘ findet man die klassische Außenwerbung – von der Kampagnenplanung bis hin zur Umsetzung von Kommunikationslösungen, die gern auch nicht alltäglich sein dürfen“, sagt Allerstorfer: „Wir verfügen dazu über ein etabliertes Netzwerk, wo praktisch alles möglich ist.“ (red)



© aWs/Allerstorfer Werbeservice

Die aWs Allerstorfer Werbeservice bietet ein breites Portfolio an Produkten.

Infoscreen ESC-Tickets Schnitzeljagd

Wien. Mama Elke Beate Prosek sei „der größte ESC-Fan in Österreich“, so der 13-jährige Tobias im vergangenen Mai. Er hatte seine Mutter ohne ihr Wissen für die Schnitzeljagd von Infoscreen angemeldet, bei der man noch zwölf ESC-Finaltickets gewinnen konnte. Insgesamt zehn Etappen umfasste die große Rallye. Dabei mussten die Teilnehmer etwa Selfies mit Sehenswürdigkeiten machen. Öffis für weiterführende Hinweise auf den Infoscreens nutzen oder Fegestände der Donau ablesen. Das Motto der Jagd: „Die Ersten werden die Letzten haben.“

Gemeinsam mit Tobias schaffte es Elke Beate Prosek zwar nicht, sich unter den schnellsten drei Teilnehmern zu platzieren und so die Tickets direkt zu sichern. Per Los wurden aber drei weitere Gewinner ermittelt. Und dabei stand Göttin Fortuna auf Elke Beate Proseks Seite („Ich hatte nicht mehr zu hoffen gewagt.“).

„Höchst vergnüglicher Tag“

Angelehnt ist die Idee zur ESC-Schnitzeljagd an das Konzept des Location Based Advertising, bei dem Werbetreibenden gezielt vor definierten Bus- und Straßenbahnstationen gezeigt werden.

„Es macht Spaß, zu sehen, wie ein Instrument, das eigentlich für unsere Werbekunden entwickelt wurde, unseren Zusehern einen höchst vergnüglichen Tag bereitet hat“, freut sich die Infoscreen-Marketingleiterin Sheela Rapf. (red)



Die Gewinner Elke Beate Prosek und Sohn Tobias mit Sheela Rapf (Mitte).

Gewista. Erfinder neuer Welten.

Digital Media. Erweckt Werbung zum Leben.

Unsere Top-U-Bahn-Standorte:

- Stephansplatz
- Karlsplatz
- The Mall/Wien Mitte
- Westbahnhof
- Praterstern
- Schwedenplatz (ab August 2015)
- Volkstheater (ab September 2015)

Ein neues Zeitalter der Außenwerbung hat begonnen: Wiens U-Bahnstationen verwandeln sich dank hochauflösender Screens in digitale Produktwelten.

gewista.at/digitalmedia

www.digitmedia.at