



WERBEMEDIUM

- Hoch frequentierte Standorte • Intensive Kontaktsituationen
- Unterhaltsames und kreatives Medium • Geringe Produktionskosten
- Flexible Buchungsmöglichkeiten • Sehr kurze Vorlaufzeiten • Bluetooth Marketing

BUCHUNGSMÖGLICHKEITEN

Das „fleißigste Werbemedium“ lässt keine Wünsche offen – Kampagnendauer, Spotlänge, Rotation, Intraday-Buchung, Bluetooth Aktion, wechselnde Sujets und unterschiedliche Rotation je Tageszeit – alles ist innerhalb von Minuten eingebucht.

Basis:

- 10sek Spot, der 270 mal je Screen und Tag eingebucht wird.
- Tagespreis Ö-Netz: 1.093,- EURO netto (75,75h Sendezeit)
- Tagespreis Wien Netz: 662,- EURO netto (32,25h Sendezeit)

Darstellbare Formate:

Auf den Digilights ist alles darstellbar, was auch über einem Computer-Bildschirm darstellbar ist. Je nach Zweck und Inhalten ist der Einsatz von Standbildern, Animationen oder Videos in unterschiedlichen Formaten möglich.

Spotlänge:

Je nach Inhalt können Spots von 5sek bis 30sek eingebucht werden. Kurze, prägnante Inhalte werden auch schon in wenigen Sekunden aufgenommen und verstanden – komplexere Inhalte sollten sich auch in einer größeren Spotlänge niederschlagen.

Rotation:

Die Länge der Sendeschleife (Loop) ist mit der durchschnittlichen Verweildauer von 4 min am Bahnsteig gekoppelt. Einbuchen kann man jedoch in unterschiedlicher Frequenz.

Spoterstellung:

Auf Wunsch erstellen wir aus Ihren Unterlagen einen animierten Spot.

Kampagnendauer:

Unsere Digilights sind ab 1 Tag buchbar. Somit kann unser Medium ideal als kurzfristiger Verstärker in der Außenwerbung eingesetzt werden. Egal, ob es sich um einzelne Wochentage oder mehrere Monate handelt – wir beraten Sie gern bei der Erstellung eines für Sie optimalen Konzeptes.

Intraday-Buchung und Sujetwechsel:

Zu den Rush-Hours ist eine andere Zielgruppe anzutreffen als während des Tages oder in den Abendstunden. Nützen Sie unser flexibles Medium und setzen Sie Ihr Budget so effizient wie möglich ein. Mehrere Sujets können alternierend oder jeweils zu bestimmten Tageszeiten eingebucht werden.

Bluetooth/QR-Code Kampagne:

Jedes Digilight in ÖBB Einrichtungen ist mit Bluetooth ausgestattet. Apps, Videos, Gutscheine, Flyer, etc. sind für die Passanten kostenlos auf das Smartphone downloadbar. Nur nach ausdrücklicher Zustimmung der Passanten werden Inhalte an diese geschickt. Es erfolgt somit kein unerwünschter Versand von Informationen.

Service:

Gern erstellen wir Ihnen maßgeschneiderte Angebote.
Regelmäßige Aktionen werden via Newsletter gestreut.
Alle Informationen und Anmeldung zum Newsletter unter: www.digilight.at

KONTAKT

DIGILIGHT Werbe- und Netzwerk GmbH

High-Tech-Campus Wien | Gutheil-Schoder-Gasse 8-12 | 1100 Wien
www.digilight.at | office@digilight.at | T: +43 1 996 2005



Standort Bahnhof-City Wien West



Coca Cola 2013: via sms wurden Sprüche direkt auf das Digilight gestellt





- 101 Screens österreichweit – davon 43 Screens in Wien
- 695.000 Kontaktchancen/Tag im Ö-Netz
- 344.000 Kontaktchancen/Tag im Wien-Netz
- TKP 1,57 im Ö-Netz
- TKP 1,92 im Wien-Netz



PROGRAMM

4-min Loop mit alternierenden Beiträgen aus:

- Redaktionelle Inhalte von „Die Presse“ & „Wirtschaftsblatt“
- Szenenews, Wetter, aktuelle Sportnachrichten
- CSR-Meldungen (Corporate Social Responsibility) von SBV-Book
- Digilight-Eigenkampagne „Hast Du was zu sagen?“
- Werbung (75% - 80% der Loopdauer)

GUTE GRÜNDE

Digitalisierung ist das Schlagwort der letzten Jahre – dieser Trend wird sich auch im Out-of-Home Bereich fortsetzen. Folgende gute Gründe machen uns dessen sicher:

- **Erstellungskosten gleich NULL**
Keine teuren Druckkosten, Liefer- und Affichierungskosten wie bei Plakaten.
- **Zielgruppenspezifische Kundenansprache**
Zur „Rush-Hour“ können Botschaften an Pendler gesendet werden, tagsüber können Studenten, Familien und Senioren angesprochen werden. Online (und durch hoch entwickelte Software gesteuert) können Werbesujets sofort eingespielt und jederzeit – auch stündlich – geändert und top-aktuell gehalten werden.
- **Sie bestimmen den Werbedruck**
Tägliche Sendezeit zwischen 23min und 135min je digitaler Werbefläche buchbar – somit kann man im Österreich-Netz pro Tag bis zu 225 h Sendezeit buchen.
- **Maximales Ergebnis**
94% der Menschen erinnern sich an digitale Screens, aber nur 43% an Plakatwände.
Informationen auf digitalen Medien sind 6x effektiver als auf Plakatwänden. (Harris Umfrage – Silicon View)
- **Informationen im Licht**
LCD-Screens stellen eine brillante Verbindung zwischen Grafiken, Animationen und Elektronik her – Unterstützt werden diese durch hoch entwickelte, leistungsstarke Sonnenlicht-taugliche Screens.

FACTS

Was?

Ein Digilight – das digitale Citylight – ist eine 2,2 m hohe Aluminiumsäule mit zwei integrierten 46“ LCD-Displays, die über das Internet angesteuert werden. Absolute Sonnenlichttauglichkeit und leuchtende Bilder machen das System zu einem Highlight im öffentlichen Raum. Die Aluminium-Steile ist in jeder Beziehung „brandbar“ und somit individuell gestaltbar.

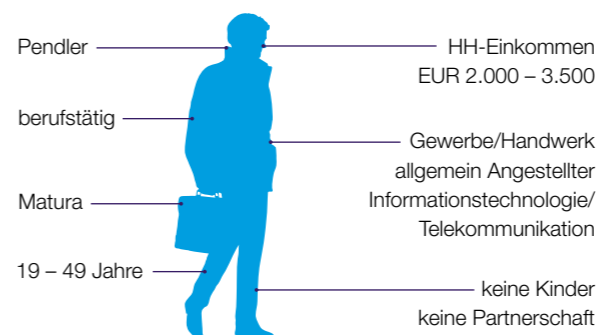
Wo?

Digilights stehen in den größten ÖBB-Standorten österreichweit sowie in Mödling und Klosterneuburg: Praterstern (6 Screens), Meidling (8 Screens), Liesing (2 Screens), Floridsdorf (2 Screens), Franz-Josefs-Bahnhof (2 Screens), Heiligenstadt (2 Screens), Westbahnhof (2+ 17 Screens in der Bahnhof-City), Graz (2 Screens), Salzburg (2 Screens), Linz (6 Screens), Klagenfurt (1 Screen) ...



Der typische Bahnfahrer

Soziodemografie

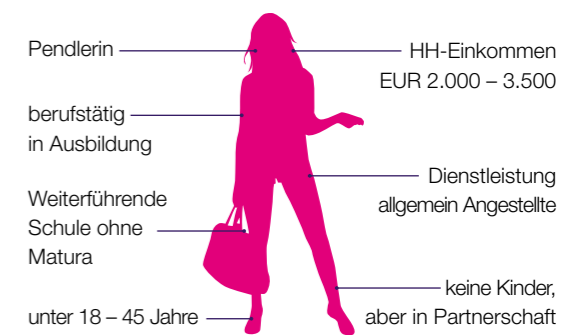


Interessen

Gewinnspiel/Glücksspiel, Computer, High-Tech, Technik, Auto, Motorrad, Sport, Kultur, Kunst, Musik, Geldanlage, Fortbildung

Die typische Bahnfahrerin

Soziodemografie



Interessen

Tiere, Pflanzen, Natur, Gesundheit, Medizin, Mode, Bekleidung, Immobilien, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Körperpflege, Schönheit, Familie, Kinder, Nahrungsmittel, Ernährung, Society, Stars, bekannte Personen

WAS SAGT DIE MARKTFORSCHUNG?

AmbientMeter 2013 – die Reichweitenstudie für Out-Of-Home-Medien

Eine ö-weite Online-Befragung von 4.000 Personen zum Thema „Außenwerbemedien“ im März 2013 ergab:

- 77% der unter 50-jährigen sind in den letzten 14 Tagen an Digilights vorbei gekommen.

Mit Screens auf Bahnsteigen erreicht man 1.225.000 Personen 4x in 14 Tagen.

Digilight **Nettoreichweite: 1.225.000 oder 25,1%**, Digilight **Bruttoreichweite: 4.811.000**

- 87% finden Digilights sehr sympathisch oder sympathisch.
- 39% empfinden Screens auf Bahnsteigen als sehr informativ.
- Abendmobile Personen sehen überdurchschnittlich häufig Screens auf Bahnsteigen.
- Höhere Einkommensklassen werden besonders gut erreicht.

Quelle: AmbientMeter 2013