

PRESSEINFORMATION

„Location Based Advertising minimiert Streuverluste“ Raiffeisen Stadtbank Wien bewirbt Studentenkonto mit smarterer INFOSCREEN-Kampagne

Wien, September 2025 – **Zehntausende junge Österreicherinnen und Österreicher starten in diesen Tagen in einen neuen Lebensabschnitt: Sie beginnen ein Studium an Universitäten, Fachhochschulen und Akademien. Die meisten von ihnen in Wien. Da für viele Studierende damit auch eine Phase finanzieller Eigenständigkeit beginnt, bietet ihnen die Raiffeisen Stadtbank Wien jetzt ein Konto mit besonders attraktiven Konditionen. Damit nicht nur das Konto zum Lifestyle der Studierenden passt, sondern auch dessen Kommunikation, setzt die Raiffeisen Stadtbank Wien auf Location Based Advertising (LBA) von INFOSCREEN. Die zehnstündigen Werbespots für das Studenten-Konto werden nur gezielt am Weg zu den gebuchten Straßenbahn- und Bus-Haltestellen in der Umgebung der Wiener Unis, FHs und Akademien ausgespielt. Weil auch der Ausspielungszeitpunkt auf die Mobilitätsgewohnheiten der Studierenden abgestimmt ist, sind Streuverluste minimiert.**

Tatsächlich überlässt die Raiffeisen Stadtbank Wien in der Kampagnenplanung möglichst wenig dem Zufall. Zu sehen ist die Kampagne von 29. September bis 10. Oktober – also zum Start des Wintersemesters, an dem die Frequenz an den Unis, FHs und Akademien besonders hoch ist. Ausgespielt wird der eigens dafür von der Raiffeisen Stadtbank Wien konzipierte Spot ausschließlich an jenen 64 Haltestellen der öffentlichen Verkehrsmittel, die sich in der Umgebung der 16 akademischen Ausbildungsstätten befinden. „Es ist eine Kampagne, mit der die Raiffeisen Stadtbank Wien die Möglichkeiten des Location Based Advertisings auf besonders smarte Art und Weise nützt“, freut sich Hans-Jörg Holli, Head of Sales bei INFOSCREEN. „Denn die Ausspielung der Spots ist auch auf die Mobilitätsmuster der meisten Studierenden abgestimmt.“ Gezeigt werden diese nur an Wochentagen zwischen 08:00 und 11:00 Uhr vormittags sowie zwischen 15:00 und 19:00 Uhr nachmittags.

Targeting für Fortgeschrittene

Diese moderne Form des Targetings bietet eine bisher nicht gekannte Treffsicherheit für Werbemaßnahmen, betont das Marketingteam der Raiffeisen-Holding NÖ-Wien. „Die Möglichkeit, Studentinnen und Studenten auf dem Weg zur Uni, FH oder Akademie und von dort nach Hause so gezielt anzusprechen, erhöht die Effizienz einer Kampagne enorm“, erklärt Claudia Piermayr, Team Marketing Strategy der Raiffeisen-Holding NÖ-Wien. Für das Studentenkonto gibt es bei online-Eröffnung einen Bonus von 50 Euro. Außerdem wird bis zum 27. Geburtstag keine Kontoführungsgebühr verrechnet. Da angehende Akademikerinnen und Akademiker für die Raiffeisen Stadtbank Wien eine Zielgruppe mit großem Potenzial sind, ist eine Kampagnenplanung umso wichtiger, die möglichst exakt auf die Mobilitätsgewohnheiten dieser speziellen Zielgruppe abgestimmt ist. „Die Beratungsqualität und Targetingkompetenz des INFOSCREEN-Teams war dabei eine unersetzliche Unterstützung“, sagt Leyla Akalin vom Team Marketing Communication der Raiffeisen-Holding NÖ-Wien. So ist es den Teams von Raiffeisen und INFOSCREEN gelungen, eine Kampagne auf Schiene zu bringen, die rund 590.000 Bruttokontaktchancen am Weg zu den 64 Wiener Bus- und Straßenbahn-Haltestellen erzeugt.

Zielgenau dank „Dynamischer Geo Fences“

Möglich machen das sogenannte „Dynamische Geo Fences“. Damit lassen sich in ganz Wien – und bald auch schon in allen anderen INFOSCREEN-Städten – Zonen verschiedenster Größe festlegen. Sobald ein Bus oder eine Straßenbahn in diese Zone einfährt, werden ortsspezifische Werbespots oder redaktionelle Inhalte auf den INFOSCREENs automatisch abgespielt. „Weil diese Geo Fences jederzeit in ihrer Zonengröße verändert, die Ausspielzeiten variiert, an Wetterverhältnisse oder an aktuelle Ereignisse angepasst werden können, erlauben sie eine bisher unerreichte Targeting-Qualität“, erklärt Hans-Jörg Holli, Head of Sales bei INFOSCREEN.

Über INFOSCREEN

Mit 1,91 Millionen Zuseher:innen pro Woche ist INFOSCREEN das einzige Nachrichtenmedium im öffentlichen Raum mit Millionenpublikum. In der Media-Analyse wird INFOSCREEN in einer eigenen Kategorie ausgewiesen. Im April 1998 geht das ÖFFI-TV mit drei Bildflächen in der U-Bahn-Station am Stephansplatz on screen. Heute umfasst das INFOSCREEN-Netzwerk rund 4.400 Bildflächen in und um die U-Bahnen, Busse und Straßenbahnen in Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wels, Bregenz, Eisenstadt und Steyr sowie im City Airport Train, der den Bahnhof Wien Mitte mit dem Flughafen verbindet, und auf den beiden Flughäfen Graz und Innsbruck.

Gesellschafter: Gewista-Werbegesellschaft m.b.H. (100 %)

Unternehmenssitz: ORBI Tower, Thomas-Klestil-Platz 13, 1030 Wien,

Postfach 0125, 1006 Wien

Geschäftsführer: Sascha Berndl

Reichweite pro Tag: 893.000 (MA 24)

Mitarbeiter: 47

www.infoscreen.at

Bild: LBA_RB_Holli_Piermayr_Akalin_Amoeres-Pepito.jpg

Copyright: INFOSCREEN/Wolfgang Kern

Abdruck: honorarfrei

Bildtext: Hans-jörg Holli (INFOSCREEN), Claudia Piermayr (Raiffeisen-Holding NÖ-Wien), Leyla Akalin (Raiffeisen-Holding NÖ-Wien) und Chrizelda Amores-Pepito (INFOSCREEN).

PRESSEKONTAKT

Violeta Kousis

INFOSCREEN Austria
Gesellschaft für
Stadtinformationsanlagen GmbH
A-1030 Wien, ORBI Tower, Thomas-Klestil-Platz 13
Postfach 0125, 1006 Wien
T: +43-(0)1 710 52 00-220
E: violeta.kousis@infoscreen.at
<http://www.infoscreen.at>

Dr. Franz-Georg Lachner

Haslinger, Keck. PR | Linz
Schillerstraße 1
A-4020 Linz
T: +43 (0) 732 66 24 85
M: +43 (0) 664 403 60 66
E: fgl@strategie-kommunikation.at
<http://www.strategie-kommunikation.at>