

## PRESSEINFORMATION

# Prickelnde Werbeunterbrechung mit Darbo D'Amour

## Media1 inszeniert die Seccos als Content-Breaker auf INFOSCREEN

Wien, April 2024 – Marmeladen, Sirupe, Fruchtgelees, Fruchtzubereitungen und Honig sind in Österreich untrennbar mit dem Markennamen Darbo verbunden. Jetzt bringt das Paradeunternehmen aus Tirol erstmals ein alkoholisches Getränk auf den Markt. Der neue Secco mit dem klingenden Namen „Darbo D'Amour“ kommt in drei Geschmacksrichtungen: Secco & Holunderblüte, Secco & Wildpreiselbeere sowie Secco & Pfirsich-Maracuja. Neu ist auch das INFOSCREEN-Format, in dem Darbo D'Amour einem Millionenpublikum vorgestellt wird: Der Content-Breaker lenkt die Aufmerksamkeit der Zusehenden von den redaktionellen Inhalten auf die Werbebotschaft des Kunden. Im Falle des prickelnden Darbo D'Amour ist das eine Quizfrage zum Thema Perlwein. Binnen einer Woche erreicht der von DMB produzierte Content-Breaker-Spot eine Bruttoreichweite von rund 9,3 Millionen Zuseher:innen.

Schon im Vorjahr wurde Darbo die Idee des Content-Breaker mit einem Mockup-Spot präsentiert. „Dem Marketingteam von Darbo hat diese Inszenierung sofort gefallen. Deshalb wurde spontan beschlossen, dass der Content-Breaker im INFOSCREEN-Programm ein Fixstarter in der Einführungskampagne für Darbo D'Amour sein wird“, erinnern sich Bettina Liberda und Sonja Hornsteiner. Die Senior Client Service Managerin von Media1 und die Senior Key Account Managerin von INFOSCREEN haben die Kunden-Präsentation gemeinsam erarbeitet und auch die Realisierung gemeinsam auf die Schiene gesetzt. Zu sehen sind die Content-Breaker-Spots von 22. bis 28. April auf allen 4.109 INFOSCREENs in und um die U-Bahnen, Straßenbahnen und öffentlichen Busse in Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wels, Eisenstadt und Bregenz sowie im City Airport Train, der den Bahnhof Wien Mitte mit dem Flughafen Schwechat verbindet.

### Sympathische Inszenierung mit Top-Reichweite

Laut aktueller Media-Analyse erzielt INFOSCREEN eine Nettoreichweite von rund 1,9 Millionen Zuseher:innen pro Woche. „Gerade zur Einführungskampagne von Darbo D'Amour Secco ist es wichtig, das neue Produkt aufmerksamkeitsstark zu inszenieren“, betont Media1- und Demner.Group-Geschäftsführer Joachim Krügel. Binnen einer Woche erreicht der Spot für die drei Darbo-Seccos eine Bruttoreichweite von rund 9,3 Millionen Zuseher:innen. Ein weiteres überzeugendes Argument sei die besondere Platzierung im Programm. „Der Content-Breaker von **INFOSCREEN** ist eine sympathische Werbeform, die für hohe Aufmerksamkeit sorgt, indem redaktionelles Umfeld und beworbenes Produkt thematisch zusammenpassen“, sagt Krügel. So wird in der von der INFOSCREEN-Redaktion produzierten Quizfrage nach der am besten geeignete Serviertemperatur für Perlwein gefragt. Schon in die Auflösung – 6 bis 8 Grad Celsius – wird Darbo d'Amour in den drei Geschmacksrichtungen Wildpreiselbeere, Holunderblüten und Pfirsich-Maracuja passgenau und unaufdringlich integriert.

### „Inszenierung beflügelt Werbewirksamkeit“

Da INFOSCREEN das einzige nationale Nachrichtenmedium im öffentlichen Raum ist, das pro Woche mehr als eine Million Menschen erreicht, sei Werbezeit naturgemäß knapp bemessen. Umso wichtiger sei es, die Werbebotschaft auf die Besonderheiten des Mediums abzustimmen, erklärt INFOSCREEN-Sales und Marketing-Director Hans-Jörg Steiner. „Den kreativen Köpfen hinter der Kampagne ist eine Inszenierung gelungen, die das Produkt D'Amour Secco durch die unverwechselbare Darbo-Bildwelt rasch im

Bewusstsein verankert. Das beflügelt die Wiedererkennung und die Werbewirksamkeit.“ Weil auch bei Darbo die Zufriedenheit mit dem Content-Breaker von INFOSCREEN hoch ist, wird bereits die nächste Kampagne vorbereitet. So kann man noch heuer im ÖFFI-TV sehen, wie der „Haselkuss“ aus dem Hause Darbo einem Millionenpublikum vorgestellt wird.

**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:** 844.000 (MA 2023)

**Mitarbeiter:** 47

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

## **PRESSEKONTAKT**

### **Violeta Bajic**

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

F: +43-(0)1 710 52 00-71

E: [violeta.bajic@infoscreen.at](mailto:violeta.bajic@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](mailto:fgl@strategie-kommunikation.at)

<http://www.strategie-kommunikation.at>