

PRESSEINFORMATION

Mit Location Based Advertising zu neuem Wohnraum

Glorit bewirbt Open House-Tage mit effizienter INFOSCREEN-Kampagne

Wien, Dezember 2025 – Auf Full House bei den Open House-Tagen hofft der Premium-Bauträger Glorit. Um potenzielle Käufer:innen zu diesen Besichtigungstagen ohne Terminvereinbarung mit geringstem Streuverlust zu locken, setzt das 1. Haus am Platz auf Location Based Advertising (LBA) von INFOSCREEN. Schon Ende November stellte Glorit so sein Wohnbauprojekt am Fischerstrand in der Donaustadt vor. Dafür wurden die Besichtigungstage in 10-sekündigen Spots auf INFOSCREEN unmittelbar vor jenen Bus- und Straßenbahn-Haltestellen beworben, die sich in der Nähe der Immobilie befinden. Weil sich LBA dabei als perfektes Kommunikationsinstrument für hochqualitative Leads erwiesen hat, bleibt es nicht bei der Premiere. Von 10. bis 13. Dezember werden nun auch die Besichtigungstage des Glorit-Bauprojekts in der Donaustädter Lobaugasse mit LBA beworben – im kommenden Jahr dann auch weitere Projekte.

„LBA spricht unsere Zielgruppe exakt dort an, wo wir sie haben wollen“, freut sich Thomas Hammerschmied, Abteilungsleiter Marketing bei Glorit, über die Treffsicherheit des kommunikativen Instruments. „Nachdem wir laufend über 120 Wohn- und Hausbauprojekte an unterschiedlichen Standorten parallel vermarkten, ist diese Werbeform wie für uns geschaffen.“ Mit LBA erreiche man potenziell Leads von höchster Qualität. „Menschen, die unseren Spot in den Öffis rund um unsere Immobilien sehen, kennen die Vorzüge der Gegend bereits. Wenn sie sich dann auch noch zu einem Besuch unserer wöchentlichen Open House Veranstaltungen entschließen, können wir von ernsthaftem Interesse am Projekt ausgehen“, argumentiert Hammerschmied. Da Glorit mit großer Resonanz rechnet, sind an den Besichtigungstagen in der Lobaugasse insgesamt sechs Berater:innen für die Interessent:innen von 10:00 bis 18:00 Uhr vor Ort, um bestmöglich zu den letzten noch verfügbaren Einheiten zu informieren.

Hocheffizient für lokale Kommunikation

Wie effizient LBA für die beiden Wohnbauprojekte von Glorit tatsächlich funktioniert, untermauern die Reichweitzahlen. Jeweils vier Tage sind die 10-sekündigen Spots zur Bewerbung der Besichtigungstage im Einsatz. Für die freien Wohnungen am Fischerstrand wurden diese vor der Einfahrt der Öffis an vier Stationen ausgespielt, für jene in der Lobaugasse werden sie an drei Stationen gezeigt. „Mit diesen beiden Kampagnen schaffen wir Reichweiten von 45.500 bzw. 42.000 Kontakten“, erklärt Nina Spörk, Business Partner New Business von INFOSCREEN. „Das sind für eine regional so treffsichere Kampagne unerreichte Leistungsdaten.“ Dass Location Based Advertising für kleinräumige Kampagnen enormes Potenzial bietet, unterstreicht auch Hans-jörg Holli, Head of Sales bei INFOSCREEN. Mit sogenannten „Dynamischen Geo Fences“ könne man in ganz Wien – und bald auch schon alle anderen INFOSCREEN-Städte – 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. „Damit lässt sich INFOSCREEN als eines der reichweitenstärksten nationalen Nachrichtenmedien auch für lokale Kampagnen nutzen – mit höchster Effizienz und geringsten Streuverlusten“, betont Holli

Über INFOSCREEN

Mit 1,99 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 4.784 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: 921.000 (MA 24/25)

Mitarbeiter: 47

www.infoscreen.at

Bild: Hammerschmied_Spoerk_Haubner.jpg

Copyright: INFOSCREEN

Abdruck: honorarfrei

Bildtext: Thomas Hammerschmied (Glorit), Nina Spörk (INFOSCREEN) und Philip Haubner (Glorit).

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>