



## PRESSEINFORMATION

### **INFOSCREEN unterstützt com.sult 2015 als Medienpartner Kommunikation á la carte für internationalen Kongress**

*Wien, 21. Jänner 2015* – Der Wiener Kongress com.sult zählt bereits seit Jahren zu den hochkarätigsten Veranstaltungen Wiens. Auch heuer – 200 Jahre nach dem historischen Wiener Kongress – wurden etwa mit Friedensnobelpreisträger Mohamed ElBaradei oder den ehemaligen Präsidenten der Ukraine, der Tschechischen Republik und Südafrikas, Viktor Yushchenko, Vaclav Klaus und Fredrik Willem de Klerk, international renommierte Experten gewonnen. INFOSCREEN ist seit der ersten Stunde Medienpartner des Kongresses, der sich heuer mit dem Prinzip der Regionalität und seiner Zukunft in Europa auseinandersetzt. Regionalität ist dabei freilich auch in der Kommunikation Trumpf. Durch „location based advertising“ hat INFOSCREEN seine Botschaften exakt auf jene Linien und Stationen abgestimmt, die für den Kongress relevant sind. Damit ist es gelungen, die Millionenreichweite des Mediums mit unerreichter Regionalität zu kombinieren.

Durch das ständige Wachstum des INFOSCREEN-Netzes kann der Fahrgast-TV-Sender redaktionelle Inhalte und Werbebotschaften sehr exakt standort- oder situationsabhängig präsentieren. „Es ist beispielsweise möglich, Waren und Dienstleistungen unmittelbar vor jenen Stationen anzukündigen, an denen diese tatsächlich angeboten werden. Durch diese als „location based advertising“ bzw. „situation based advertising“ bekannten Mobile Marketing-Instrumente lassen sich enorme Streuverluste vermeiden“, betont Franz Solta, Geschäftsführer von INFOSCREEN.

#### **Exklusives Programm**

Mustergültig umgesetzt wurde dies nun in der Partnerschaft mit dem Wiener Kongress com.sult 2015. Mit einer gebrandeten Straßenbahn-Garnitur, die auf den Linien 1, 71 und D verkehrte, wurde der Kongress schon Tage vor dem Start angekündigt. Für eine intensive inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Generalthema „Power of Regions“ sorgte unterdessen die INFOSCREEN-Redaktion. „INFOSCREEN hat exklusiv für die beiden Kongresstage ein spezielles Programm gestaltet“, unterstreicht David Ungar-Klein, Initiator und Organisator des Wiener Kongresses com.sult. Die Fahrgäste der com.sult-Straßenbahn wurden über den thematischen Bogen, die inhaltlichen Höhepunkte der Veranstaltung sowie die prominenten Sprecher und historische Zusammenhänge informiert. Zusätzlich wurden die Passagiere eine Station vor dem Schwarzenbergplatz darauf hingewiesen, dass dort – im Haus der Industrie – der Wiener Kongress com.sult 2015 stattfindet.

#### **Zielgenaues Targeting**

„Es ist beeindruckend, wie punktgenau die Kommunikation von INFOSCREEN für unseren Kongress gelaufen ist“, ist David Ungar-Klein zufrieden. Doch nicht nur die technischen Möglichkeiten, sondern auch die dahinter liegenden Leistungsdaten des City Channels sind durchaus beeindruckend. Schließlich halten sich in Österreich Woche für Woche 1.358.000 Menschen mit INFOSCREEN über Politik, Sport, Wirtschaft, Kultur, Chronik und das Wetter

auf dem Laufenden. Alleine die U-Bahn bringt in Wien eine Wochenreichweite von 49 Prozent, die Kombination aus Tram & Bus 29,2 Prozent. „Von unserer Reichweite profitieren jene Werbekunden besonders, die einen regional oder zeitlich genau definierten Kaufanreiz brauchen“, sieht INFOSCREEN-Geschäftsführer Franz Solta völlig neue Möglichkeiten für zielgenaues Targeting. „Es freut mich persönlich sehr, dass wir gemeinsam mit dem Wiener Kongress com.sult 2015 den Beweis antreten konnten, dass orts- und situationsabhängige Kommunikation schlagkräftiger als herkömmliche Werbung ist.“



Franz Solta, Dir. Karl Javurek (Gewista), Dir. Eduard Winter (Wiener Linien)