



PRESSEINFORMATION

MA 2014 bestätigt Wachstums-Strategie von INFOSCREEN

1,4 Mio. Zuseher pro Woche / Tram+Bus sorgen für Spitzenwert

Wien, 26.03.2015 – Die Zahlen der aktuellen Media-Analyse bestätigen die strategischen Weichenstellungen von INFOSCREEN. Der Ausbau der INFOSCREENs in den Bussen und Straßenbahnen wird mit noch nie zuvor gemessenen Spitzenwerten belohnt. Selbst wenn die aktuellen Daten nicht mit vorhergehenden vergleichbar sind, lassen sich dennoch klare Trends bestimmen: Die nationale Wochenreichweite der INFOSCREENs in der U-Bahn ist weiterhin auf stabilem Höchstniveau (13 Prozent). Tram+Bus schaffen bisher noch nie gemessene Spitzenwerte: 912.000 Zuseher pro Woche bedeuten eine nationale Reichweite von 12,6 Prozent. Auch die für INFOSCREEN ermittelte Gesamtreichweite (U-Bahn, Tram+Bus) war noch nie so hoch wie in der MA 2014: 1.402.000 Zuseher pro Woche informieren und unterhalten sich mit dem Fahrgast TV-Sender in Wien, Graz, Linz Innsbruck, Klagenfurt und Eisenstadt.

„Die aktuellen Zahlen der Media-Analyse bestätigen, dass wir strategisch die richtigen Weichen gestellt haben“, freut sich INFOSCREEN-Geschäftsführer Franz Solta über die Investitionsentscheidungen der letzten Jahre. Immerhin wurden die Straßenbahnen in Linz und Innsbruck sowie den City Airport Train (CAT) zum Flughafen Wien bereits komplett mit INFOSCREEN ausgestattet. „In den Landeshauptstädten ist der Vollausbau von Tram und Bus unser Ziel. In Wien investieren wir gerade massiv in den Ausbau von Straßenbahnen und Bussen“, präzisiert Solta. Damit will INFOSCREEN nicht nur bei der Media-Analyse weiter zulegen, sondern auch den Werbekunden eine höhere Kampagnenqualität bieten.

Millionenreichweite mit lokalem Fokus

Die überraschend hohen Reichweiten von Tram+Bus unterstreichen einen generellen Trend. Ortsabhängige Werbeformen stehen vor einem Boom. „Wenn Werbebotschaften genau dort angezeigt werden, wo der Zuseher unmittelbar eine Kaufentscheidung treffen und in ein Geschäft gehen kann, erhöht das die Schlagkraft von Kampagnen enorm“, betont Solta. Mit „Location Based Advertising“, bei dem Spots vor bestimmten Bus- oder Straßenbahn-Haltestellen ausgestrahlt werden, lässt INFOSCREEN nicht nur in Wien aufhorchen. „Auch in unserem Mutterkonzern JCDecaux werden unsere Expertise und Erfahrungen mit großem Interesse aufgenommen“, sagt Solta. Mit dem weiteren Netzausbau werden sich naturgemäß auch die Inszenierungsmöglichkeiten für Location Based Advertising auf INFOSCREEN weiter erhöhen.

Bilder:

Copyright: Wakolbinger/INFOSCREEN/Montage
Abdruck: honorarfrei



Bildtexte:

franz_solta.jpg: Franz Solta (INFOSCREEN - Geschäftsführer)

PRESSEKONTAKT

Violeta Bajic

INFOSCREEN Austria
Gesellschaft für
Stadtinformationsanlagen GmbH
Hainburgerstraße 11
A-1030 Wien
T: +43 [1] 710 52 00-220
F: +43 [1] 710 52 00-71
E: <mailto:violeta.bajic@infoscreen.at>
<http://www.infoscreen.at>

Dr. Franz-Georg Lachner

Haslinger, Keck. PR

Schillerstraße 1

A-4020 Linz

T: +43 [732] 66 24 85-35

F: +43 [732] 66 24 35

E: fgl@haslinger-keck.at

<http://www.haslinger-keck.at>