



DIGITAL OUT OF HOME

LOKALE BILDSCHIRMWERBUNG IN TOP-LOCATIONS

Mit **DOOH (Digital Out of Home)** wird jegliche Form von digitaler Außenwerbung über Bildschirme im öffentlichen Raum bezeichnet. Digital Out-of-Home ist einer der mit am stärksten wachsende Bereich in der Werbung überhaupt.

Durch die Digitalisierung des öffentlichen Raums ergeben sich immer mehr Möglichkeiten und DOOH erlaubt es Werbetreibenden, nicht nur „offline“ auf der Straße zu werben, sondern überall dort, wo sich der Mensch aufhält, z.B. Einkaufszentren, Raststätten, Schnellrestaurants, Bahnhöfe, Fitness-Studios, Arztpraxen oder Flughäfen.

Digital Out-of-Home verbindet schnelle und flexible Motivwechsel und eine auf Zeit und Ort abgestimmte Kampagnensteuerung.

DIE VORTEILE VON DIGITAL OUT OF HOME AUF EINEN BLICK:

- ★ Begleiten Sie die mobile Zielgruppe in ihrem Alltag entlang der physischen Customer Journey und sichern sich ihre Aufmerksamkeit
- ★ Nutzen der Wartezeiten z.B. beim Einkaufen, an Bahnhöfen oder Bezahlen an der Tankstelle
- ★ Sprechen Sie den Kunden genau da an, wo er am anfälligsten für einen Kauf ist (z.B. Fußgängerzonen oder Einkaufszentren)
- ★ Großflächige, emotionale Videobotschaften, die sich nicht wegschalten lassen, sorgen für gesteigerte Aufmerksamkeit, Werbewirkung und Markenbekanntheit
- ★ Große Reichweite - Das Portfolio wächst stetig, da mehr und mehr Standorte ans digitale Netz angeschlossen werden
- ★ One-to-Many (ein Playout erzeugt eine Vielzahl an Werbemittelkontakten)
- ★ Flexible und dynamische Werbeauspielung in Echtzeit
- ★ Premium-Werbeumfelder

FRAGEN?

THOMAS GAHLERT - FRESHCLIP GMBH & CO. KG
KAISER-WILHELM-RING 22 - 50672 KÖLN
TEL.: 0221 / 99 80 60 0
E-MAIL: MEDIA@FRESHCLIP.DE

MOBILE - DESKTOP - VIDEO – DISPLAY – AUDIO.
DIGITAL ADVERTISING AUS EINER HAND.

UNSERE TARGETINGMÖGLICHKEITEN

Erreichen Sie die gewünschte und passende Zielgruppe durch die Kombination verschiedener Targeting-Möglichkeiten:



Channel-Targeting

Mall, Airport, Autobahn, Hotel, Burger King, City, Bahnhof



Standort-Targeting

Einzelne Screens vs. Städte vs. Network



Zeit-Targeting

Stunden bzw. Uhrzeiten (Zeitschienen) oder bestimmte Wochentage
Frequenz pro Zeitraum (z.B. Stunde)



Wetter-Targeting

Ausspielung abhängig von Wetter- und Pollendaten in Echtzeit



Daten-Targeting

Erreichen der richtigen Zielgruppe durch den Einsatz weiterer Datentargetings
Zielgruppenoptimierung erfolgt bspw. anhand der Telekom Mobilfunk Bewegungsdaten



Zusammenspiel mit anderen Medien

Die stärkste Wirkung entfaltet DOOH durch mediakanalübergreifende Kampagnensteuerung, bspw. durch mobile Verlängerung um POS (Point Of Sale) oder Online-Kampagnen (Video, Display)



Dynamische Werbemittel

Ausspielung individueller & dynamischer Motive anhand verschiedener vorab definierter Trigger an den jeweils gebuchten Standorten, z.B. Wetter, Entfernung und Fahrzeit, Hautzielgruppe, GPS etc.

DOOH - FORMATE UND WERBESPEZIFIKATIONEN

Neben Bewegtbild (im besten Falle zwischen 10 und 20 Sekunden) ist es auch möglich, einfache Animationen oder Standbilder zu schalten.

Allgemeine Spezifikationen: (Detaillierte Anforderungen variieren mitunter je nach Channel & Standort)

Bildformat:

- Hochformat 9:16 (1080x1920 Pixel)
- Querformat 16:9 (1920x1080 Pixel)

Sonstiges:

- Ohne Tonspur (außer Burger King)
- Bewegtbild nur indoor; draußen maximal „Cinematograph“
- Bevorzugt .mp4 Dateiformat
- Große Schrift: Texte und Logo sollten gut lesbar sein (nicht mehr Text als nötig)



FRAGEN?

THOMAS GAHLERT - FRESHCLIP GMBH & CO. KG
KAISER-WILHELM-RING 22 - 50672 KÖLN
TEL.: 0221 / 99 80 60 0
E-MAIL: MEDIA@FRESHCLIP.DE

MOBILE - DESKTOP - VIDEO - DISPLAY - AUDIO.
DIGITAL ADVERTISING AUS EINER HAND.

