GERMAN EDITION

OUT OF HOME MEDIA GUIDE

MEDIEN · PLAYER · ZAHLEN

Brightscope®

INHALT
OUT OF HOME-MEDIA GUIDE

01 **Kapitel 1**
Was ist Out of Home und was kann es für dich tun?
4 Was ist Out of Home?
5 Eine Geschichte des Erfolgs
6 Die Vorteile
7 Die Out of Home-Medien

02 **Kapitel 2**
Der Out of Home-Markt in Deutschland
27 Die deutsche Out of Home-Landschaft
29 Der deutsche Out of Home-Markt

03 **Kapitel 3**
Planung und Messung von Out of Home-Kampagnen
33 Die Out of Home-Planung
34 Die Out of Home-Messung
35 Anbieter zur Messung

04 **Kapitel 4**
Das kleine Out of Home 1x1
37 Out of Home-Lexikon

KAPITEL 1

Was ist Out of Home
und was kann es
für dich tun?

WAS IST OUT OF HOME?

Out of Home (OOH bzw. Außenwerbung)-Medien = Werbung, die den Kunden außerhalb seines Heims erreicht, meistens Werbung im öffentlichen Raum.

Out of Home besteht heutzutage aus einem vielfältigen Mix aus Billboards, Transport Media und ortsbezogenen Medien. OOH hat sich von Papierpostern und handgezeichneten Tafeln hin zu digitalen Screens mit Technologien wie Mobilfunkmessung, Geofencing und Bluetooth-Beacons stetig weiterentwickelt.

Out of Home funktioniert, weil es relevant, wandlungsfähig und in Zeiten von Bannerblindheit und reduzierter Aufmerksamkeit eine der wenigen „echten" und akzeptierten bzw. nicht störenden Werbeformen ist.

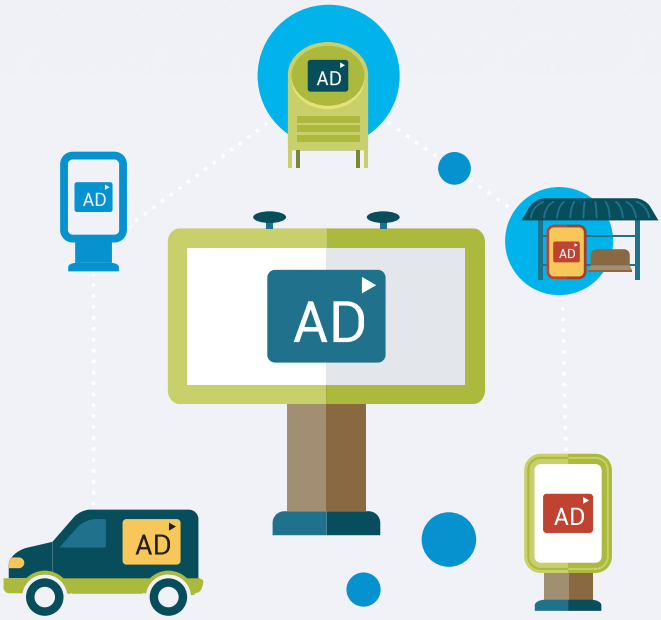
Out of Home versteht sich als natürlicher Begleiter der Menschen im urbanen sowie ländlichen Umfeld.

OUT OF HOME
EINE GESCHICHTE DES ERFOLGS

Out of Home ist eigentlich schon seit über 5.000 Jahren präsent. Vor über 2.500 Jahren meißelten die Ägypter ihre Verkaufsbotschaften in Form von Hieroglyphen in Stein. Später wurden in Rom Papyrusrollen eingesetzt, um z.B. Gladiatorenkämpfe anzupreisen.

Im frühen 19. Jahrhundert tauchten die ersten Billboards am Straßenrand nordamerikanischer Städte auf. Out of Home ist ein One-to-many-Medium, welches massive Reichweiten über Billboards, Bushaltestellen und gebrandete Verkehrsmittel erreicht.

Heute ist Out of Home eines der überzeugendsten Werkzeuge der Werbung, mit einem vorhergesagten globalen Marktvolumen von 34,5 Mrd. Euro für das Jahr 2019.



OUT OF HOME
DIE VORTEILE

Echt & kreativ
OOH bietet großes und kraftvolles Storytelling, in verschiedensten Formaten und einzigartigen Locations, und hat einen herausragenden Impact.

Echt & relevant
OOH liefert die richtige Message zur richtigen Zeit am richtigen Ort zur richtigen Zielgruppe und ermöglicht gezielt eingesetzte und kontextuell relevante Werbung, basierend auf Location, Demografie, Kundenverhalten und sogar Tageszeit.

Echt & innovativ
Innovative Technologien verstärken die Verbindung zwischen Marken und Kunden, um jetzt schon dort zu sein, wo Kunden sich zukünftig bewegen werden. OOH ist ein voll integrierter Partner in der Mediaplanung und im Medienkaufprozess.

Echt & effektiv
OOH forciert die Awareness und Markenaffinität und ist objektiv ein Medienverstärker, weil es die Reichweite und Frequenz in integrierten Kampagnen pusht. OOH ist der effektivste Driver zum digitalen Engagement.

OUT OF HOME
DIE MEDIEN

Out of Home kann in folgende Segmente unterteilt werden:

Billboards
- Großformate
- Digital Screens
- Plakate
- City Lights
- Rolling Boards

Transport Media
- Straßenbahn
- Bus
- Bahn
- Fahrzeug
- Lkw

Ortsbezogen
- Bahnhof/U-Bahn
- Flughafen
- Kino
- Shoppingcenter
- Stadion

Sonderwerbeformen
- Dauerwerbung
- Gerüstwerbung
- Projektionen
- Ambient

BILLBOARDS
GROSSFORMATE

Großformate sind die größten und gehören zu den impact-stärksten Standardformaten der Out of Home-Werbung. Diese sind meistens an Hauptverkehrsadern angebracht und meistens hohen Kundenfrequenzen ausgesetzt (Autofahrer und Fußgänger).

Verfügbarkeit
Großformate sind hauptsächlich in größeren Städten Deutschlands buchbar.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

BILLBOARDS
DIGITAL SCREENS

Digital Screens bieten animierte Messages, die im Loop (z.B. 10-Sekunden-Spots als laufende Wiederholung) rotieren. Das Inventar, platziert in hoch frequentierten Locations wie Fußgängerzonen oder U-Bahn-Stationen, teilen sich meistens mehrere Marken bzw. Werber.

Verfügbarkeit
Digital Screens sind hauptsächlich in größeren Städten Deutschlands buchbar.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

BILLBOARDS
PLAKATE

Das Plakat ist eines der traditionsreichsten Out of Home-Werbemittel. Das Medium wird meistens in verschiedenen Formaten angebracht (8-, 16-, 24-, oder 48-Bogen). Platziert werden Plakate sowohl in Großstädten als auch im ländlichen Bereich. Plakate können fest installiert oder z.B. auf Litfaß-säulen installiert werden. Auch der sogenannte Kleinanschlag z.B. zur Bewerbung von Konzerten ist sehr beliebt.

Verfügbarkeit

Plakate sind deutschlandweit buchbar.

Messung

Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

BILLBOARDS
CITY LIGHTS

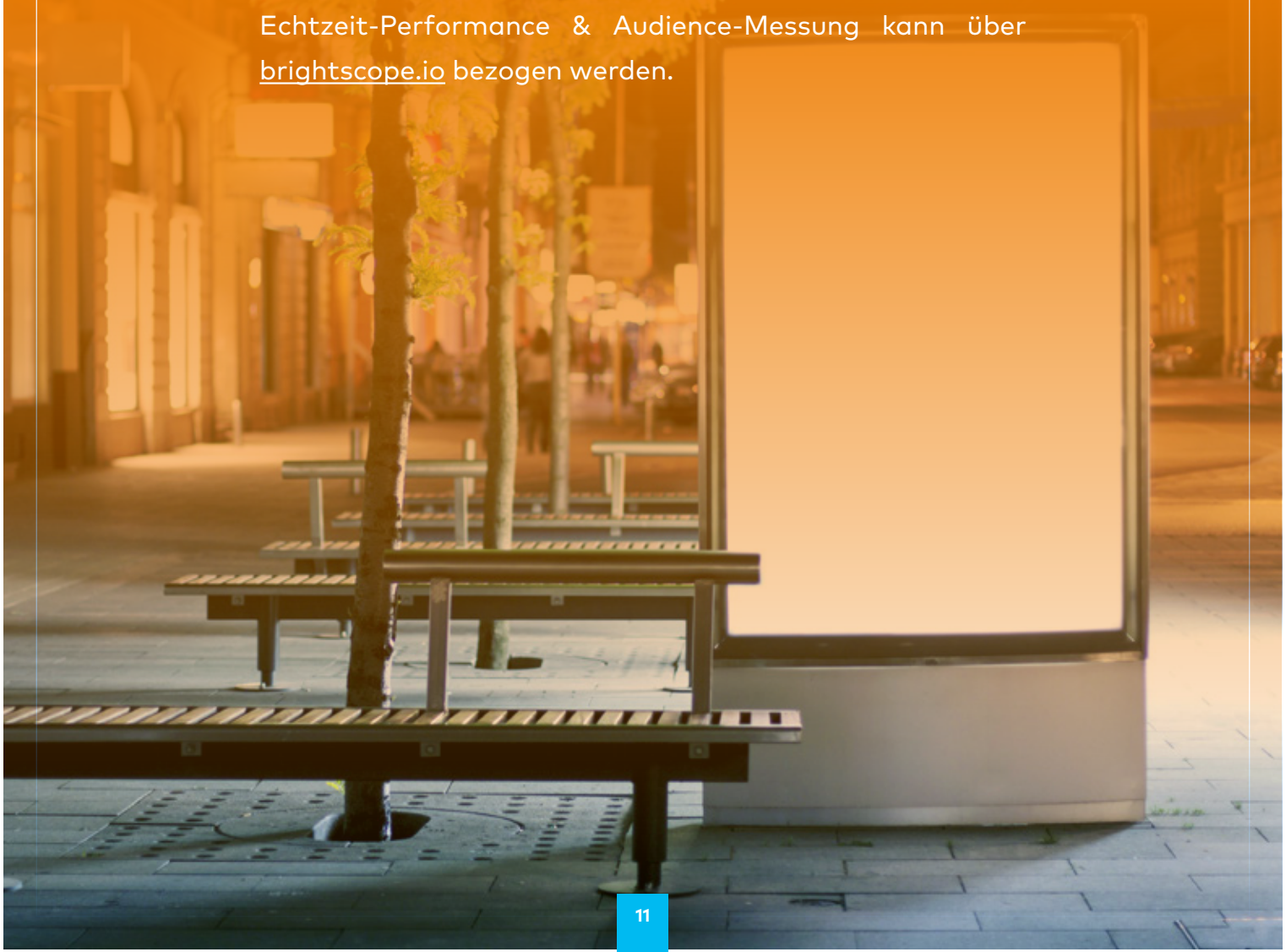
Ein City Light ist nichts anderes als ein hinterleuchtetes Plakat. Dieses ist meistens in einer Vitrine angebracht. Die zusätzliche Beleuchtung sorgt für eine gewisse Frische und Sichtbarkeit auch bei Dunkelheit.

Verfügbarkeit

City Lights sind in so gut wie allen gößeren deutschen Städten verfügbar.

Messung

Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.



BILLBOARDS
ROLLING BOARD

Rolling Boards werden meistens quer zur Fahrbahn positioniert und sind hinterleuchtet; ihre Sujets wechseln sich über eine mechanische Funktion ab. Meistens werden diese an Einfalls- und Durchzugsstraßen platziert.

Verfügbarkeit

Rolling Boards sind in ganz Deutschland buchbar.

Messung

Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

TRANSPORT MEDIA
STRASSENBAHN

Eine Straßenbahn kann sowohl außen teilweise oder voll gebrandet sowie innen per Digital Screens bespielt werden und ist im urbanen Gebiet unterwegs. Meistens sind Straßenbahnlinien mit einer vorgegebenen Route auswählbar.

Verfügbarkeit

Gebrandete Straßenbahnen können in den meisten größeren Städten Deutschlands gebucht werden.

Messung

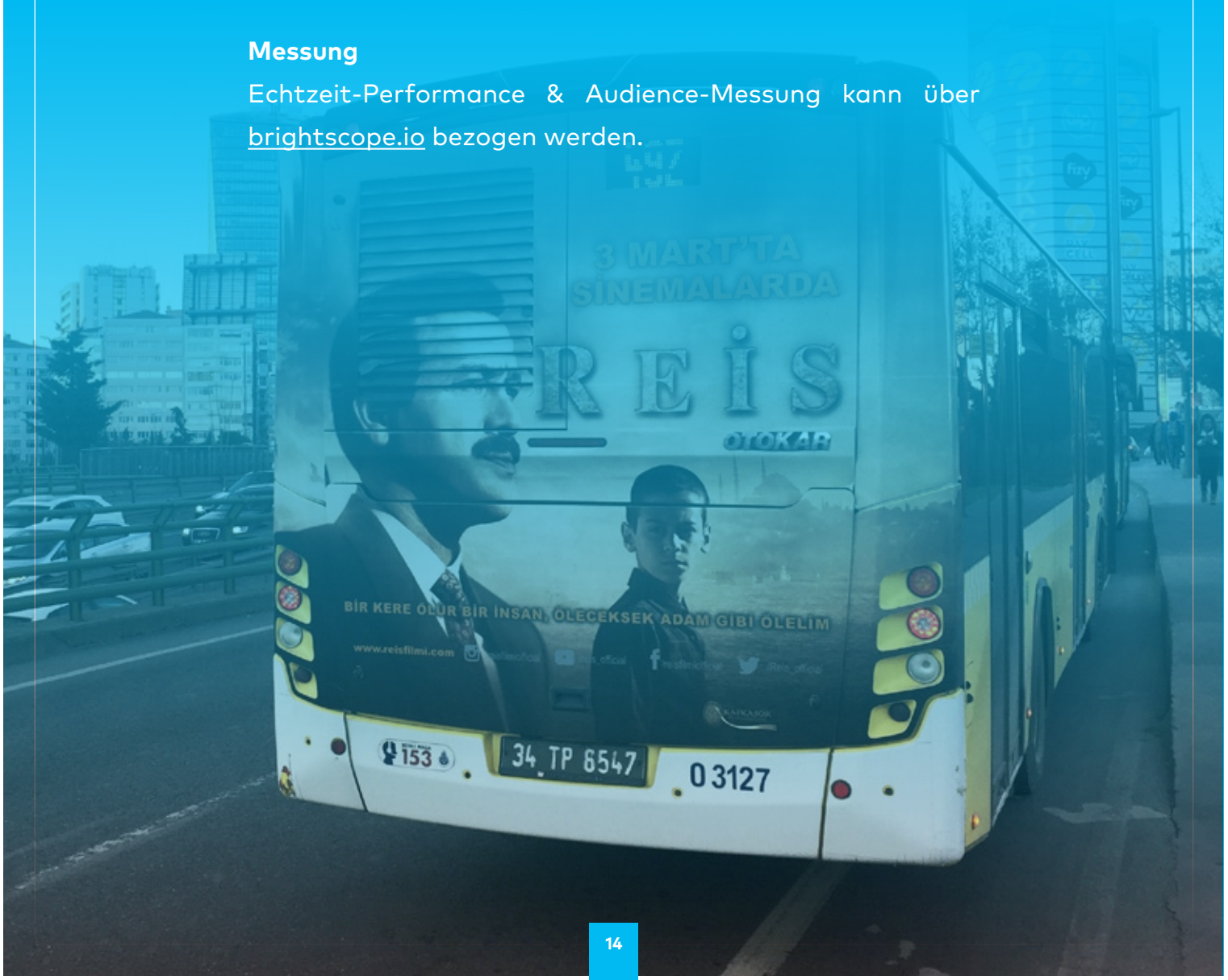
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

TRANSPORT MEDIA
BUS

Ein Bus kann außen teilweise oder voll gebrandet werden und ist für das Stadtgebiet als auch für den ländlichen Raum buchbar. Busse fahren festgelegte Routen durch bereits vorhandene Märkte.

Verfügbarkeit
Gebrandete Busse können in ganz Deutschland gebucht werden.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.



TRANSPORT MEDIA
FAHRZEUGWERBUNG

Die mobilste Form der Außenwerbung ist die Werbung in und auf Ridesharing-Fahrzeugen (z.B. Taxi oder Uber) dar. Bei modernen Unternehmen wie Folyo können die gebrandeten Fahrzeuge in Echtzeit getrackt und zusätzlich kurzfristig an jeden gewünschten Ort geschickt werden (z.B. zu Events oder zu Mitbewerbern).

Verfügbarkeit
Messbare Fahrzeugwerbung ist in Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf sowie Frankfurt verfügbar.

Buchung und Messung
Buchung sowie Echtzeit-Messung kann über getfolyo.com bezogen werden.

TRANSPORT MEDIA
LKW

Lkw-Werbung bezieht sich meistens auf seitlich oder rückseitig gebrandete Fahrzeuge über 3,5 Tonnen, welche hauptsächlich auf Autobahnen unterwegs sind und auch länderübergreifend gebucht werden können.

Verfügbarkeit

Lkw-Werbung kann deutschlandweit gebucht werden.

ORTSBEZOGEN
BAHNHOF/U-BAHN

Auf Bahnhöfen werden meist große und bestens sichtbare Werbeflächen, meistens auch in digitaler Form, angeboten. Zusätzliche Sonderformen wie Deckenhänger bzw. Digital Screens im Wartebereich der U-Bahn-Stationen erhöhen die Aufmerksamkeit und verkürzen die Wartezeit.

Verfügbarkeit
Bahnhof-Station-Branding ist deutschlandweit buchbar.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

ORTSBEZOGEN
FLUGHAFEN

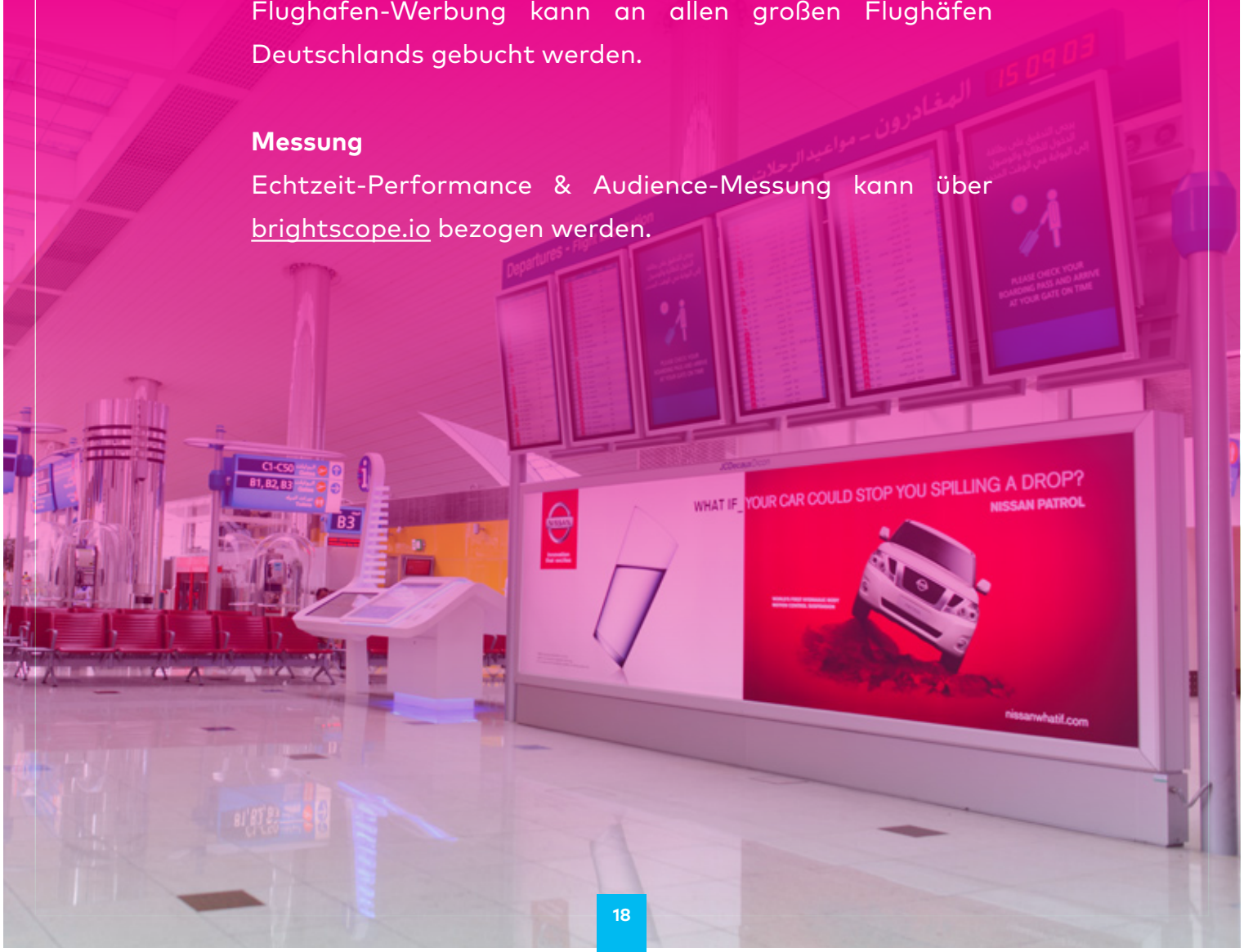
Marken können um den sowie im Flughafen inszeniert werden. Hierbei profitieren Werbetreibende von hohen Reichweiten, attraktiven Zielgruppen sowie einer langen Aufenthaltsdauer der Flughafenbesucher. Von der Ankunft am Airport bis zum Boarding vergehen durchschnittlich fast 120 Minuten, wo sich der Passagier gern mit der Betrachtung seiner Umgebung und somit auch der Werbung beschäftigt.

Verfügbarkeit

Flughafen-Werbung kann an allen großen Flughäfen Deutschlands gebucht werden.

Messung

Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.



ORTSBEZOGEN
KINO

Das Kino bietet fesselnde Werbeformen für die ganze Familie. Werbespots können vor dem Hauptfilm mit einer erhöhten Aufmerksamkeitsspanne der Zuseher gezeigt werden. Je nach Hauptfilm-Genre kann eine kleine, jedoch spitze Zielgruppe angesprochen werden.

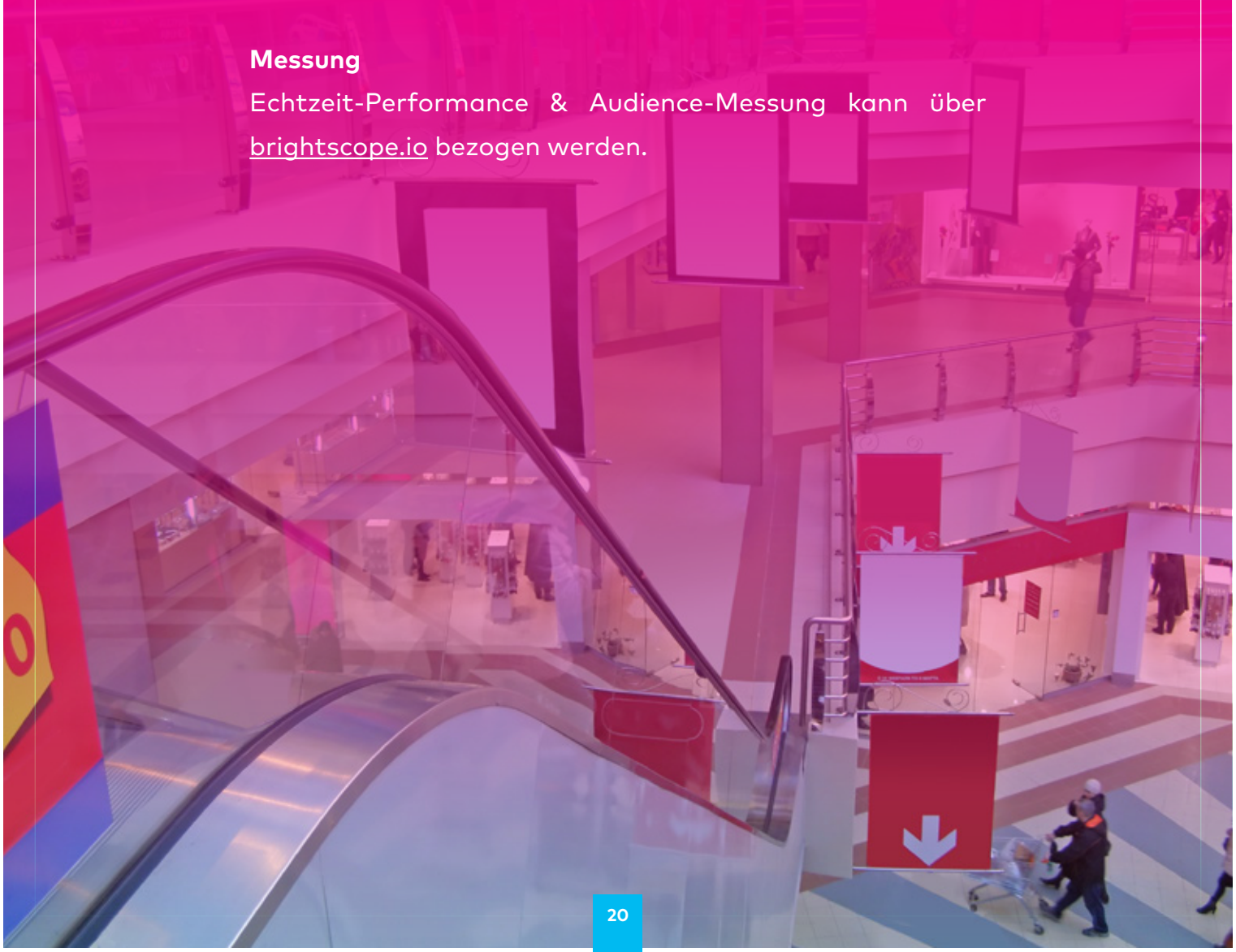
Verfügbarkeit
Kinowerbung ist für sämtliche deutsche Kinoketten buchbar.

ORTSBEZOGEN
SHOPPINGCENTER

Die Buchung von Werbung in Shoppingcentern erfolgt meist über ein zusammenhängendes Netz. In größeren Shoppingcentern kann das Bespielen von Werbeflächen gezielt eingesetzt werden, um vorhandene Kunden in die jeweiligen Stores zu locken.

Verfügbarkeit
Werbung in Shoppingcentern kann in allen mittelgroßen bis großen Shoppingcentern Deutschlands gebucht werden.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

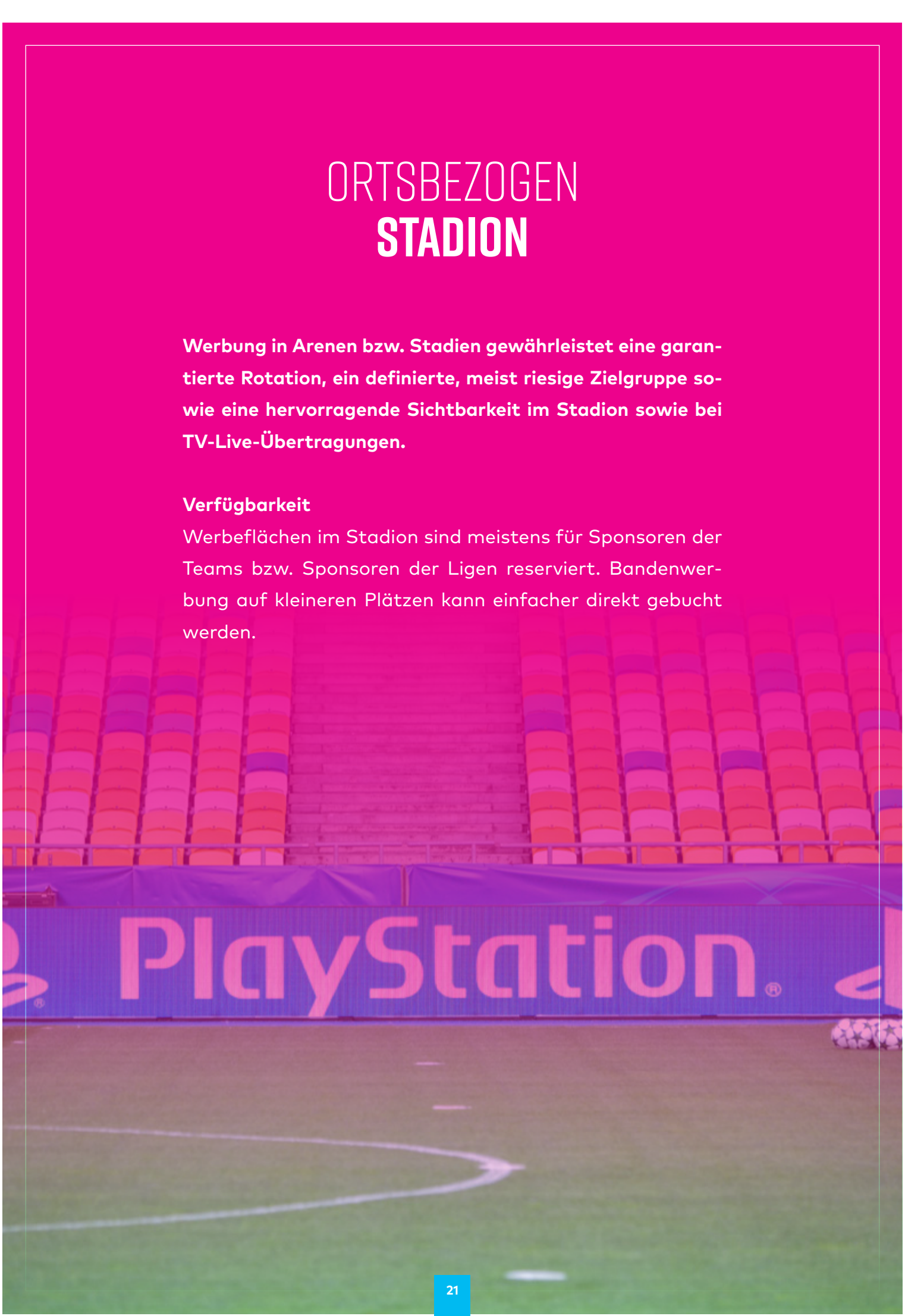


ORTSBEZOGEN
STADION

Werbung in Arenen bzw. Stadien gewährleistet eine garantierte Rotation, ein definierte, meist riesige Zielgruppe sowie eine hervorragende Sichtbarkeit im Stadion sowie bei TV-Live-Übertragungen.

Verfügbarkeit

Werbeflächen im Stadion sind meistens für Sponsoren der Teams bzw. Sponsoren der Ligen reserviert. Bandenwerbung auf kleineren Plätzen kann einfacher direkt gebucht werden.



SONDERWERBEFORMEN
DAUERWERBUNG

Dauerwerbung kann gezielt im Umfeld des stationären Handels als Werbung sowie als Wegweiser verwendet werden. Diese Werbeflächen werden meist auf Zufahrtsstraßen bzw. relevanten Knotenpunkten platziert. Dauerwerbung ist auch auf U-Bahn-Bahnsteigen stark präsent. Auch Veranstaltungen können z.B. auf monatlich gebuchten Fahnen platziert werden.

Verfügbarkeit
Dauerwerbeflächen können in ganz Deutschland gebucht werden.

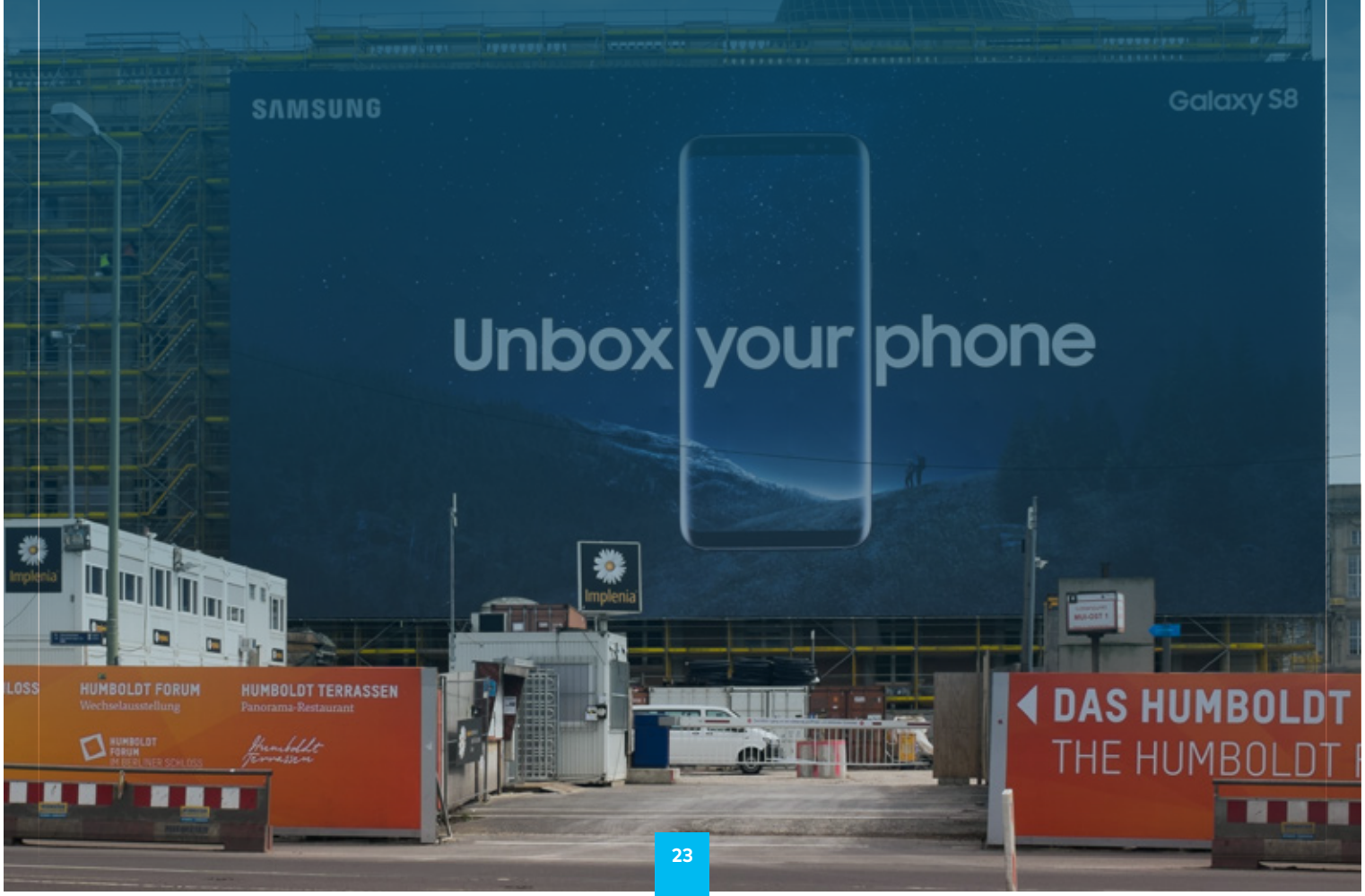
Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

SONDERWERBEFORMEN
GERÜSTWERBUNG

Gerüstwerbung richtet sich nach den jeweils verfügbaren Baustellenflächen. Am besten kommt großflächige Gerüstwerbung auf impactstarken Großbaustellen im Stadtgebiet zur Geltung.

Verfügbarkeit
Gerüstwerbung ist in sämtlichen Landeshauptstädten Deutschlands buchbar.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.

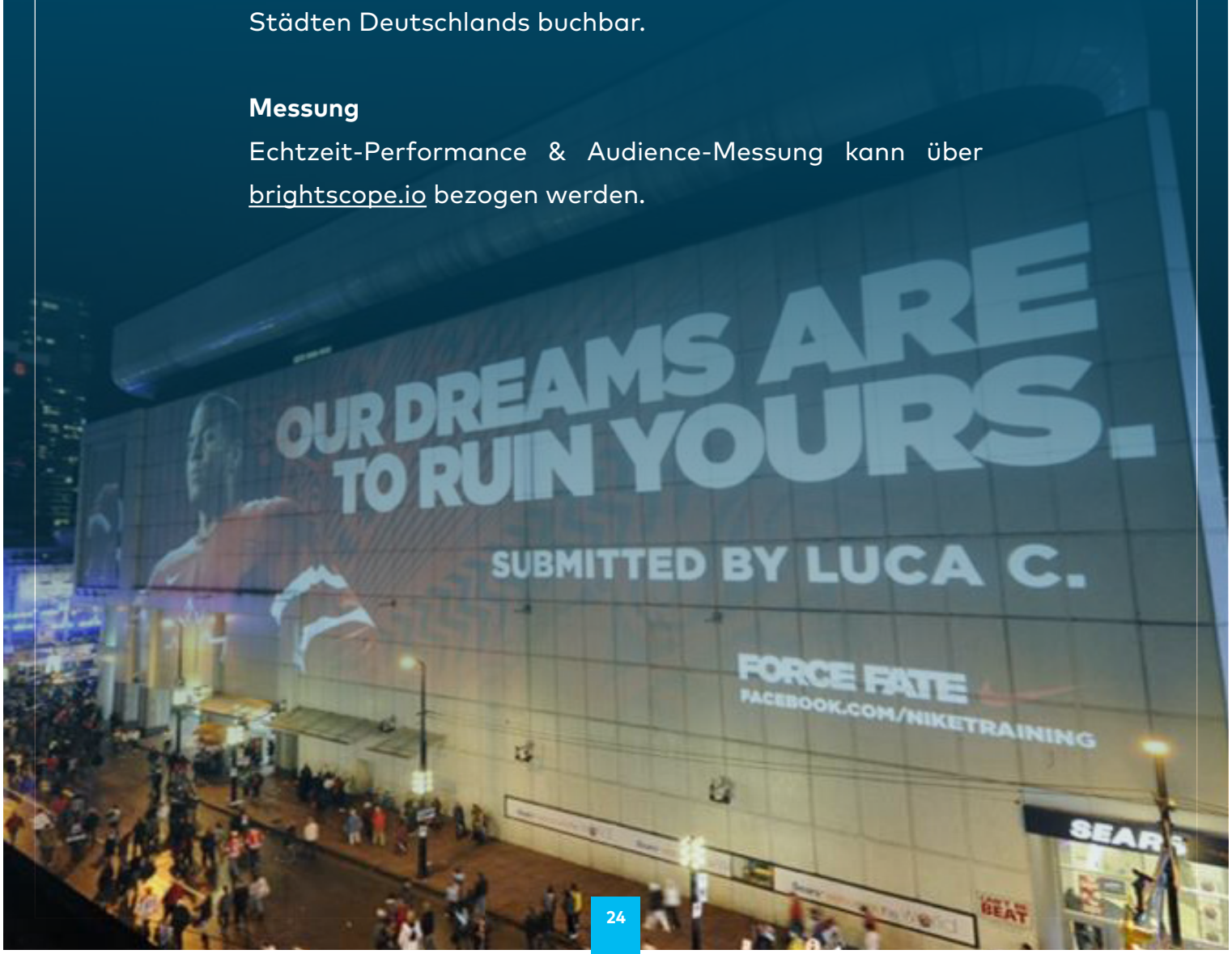


SONDERWERBEFORMEN
PROJEKTIONEN

Projektionen bringen erst bei Dunkelheit ihre Message richtig zur Geltung. Meistens werden Werbebotschaften als Animation sowie als statisches Bild per Hochleistungsprojektoren auf Gebäude, Fassaden- oder Bodenflächen projiziert. Projektionen machen hauptsächlich in hochfrequentierten Innenstadtlagen Sinn.

Verfügbarkeit
Relevante Projektionen sind hauptsächlich in größeren Städten Deutschlands buchbar.

Messung
Echtzeit-Performance & Audience-Messung kann über brightscope.io bezogen werden.



SONDERWERBEFORMEN
AMBIENT

Ambient Media bezeichnet die meist kreative, ungewöhnliche und individualisierte Werbeplatzierung im direkten Lebensumfeld der Zielgruppe. Gute Beispiele sind z.B. gebrandete Zapfsäulen, Promotion-Platzierung auf öffentlichen Plätzen oder in U-Bahn-Zügen.

Verfügbarkeit

Ambient-Werbeformen sind deutschlandweit einsetzbar.

KAPITEL 2

Der Out of Home-

Markt in Deutschland

DIE DEUTSCHE OUT OF HOME-LANDSCHAFT

Billboards

WallDecaux Premium Out of Home
Wall
STRÖER out of home media
PLAKAT UNION
GFA Gesellschaft für Außenwerbung GmbH
MOPLAK MEDIEN SERVICE
SCHWARZ GMBH
awk
degesta citylights

Ortsbezogen

Media Frankfurt EXCELLENCE IN AIRPORT ADVERTISING
Kinowerbung.de
GOLDBACH GERMANY
STRÖER | DERG station & transport media

Transport Media

WallDecaux Premium Out of Home
Folyo
STRÖER out of home media
PLAKAT AM LKW

Sonderwerbeformen

AMBERMEDIA
INOVISCO MOBILE MEDIA GMBH
DINAMIX
Edgar

Messung

AdMotion 2.0
FAW InDa
KEY2OOH Außenwerbung strategisch bewerten
Brightscope
m3 Plakat

DER DEUTSCHE OUT OF HOME-MARKT

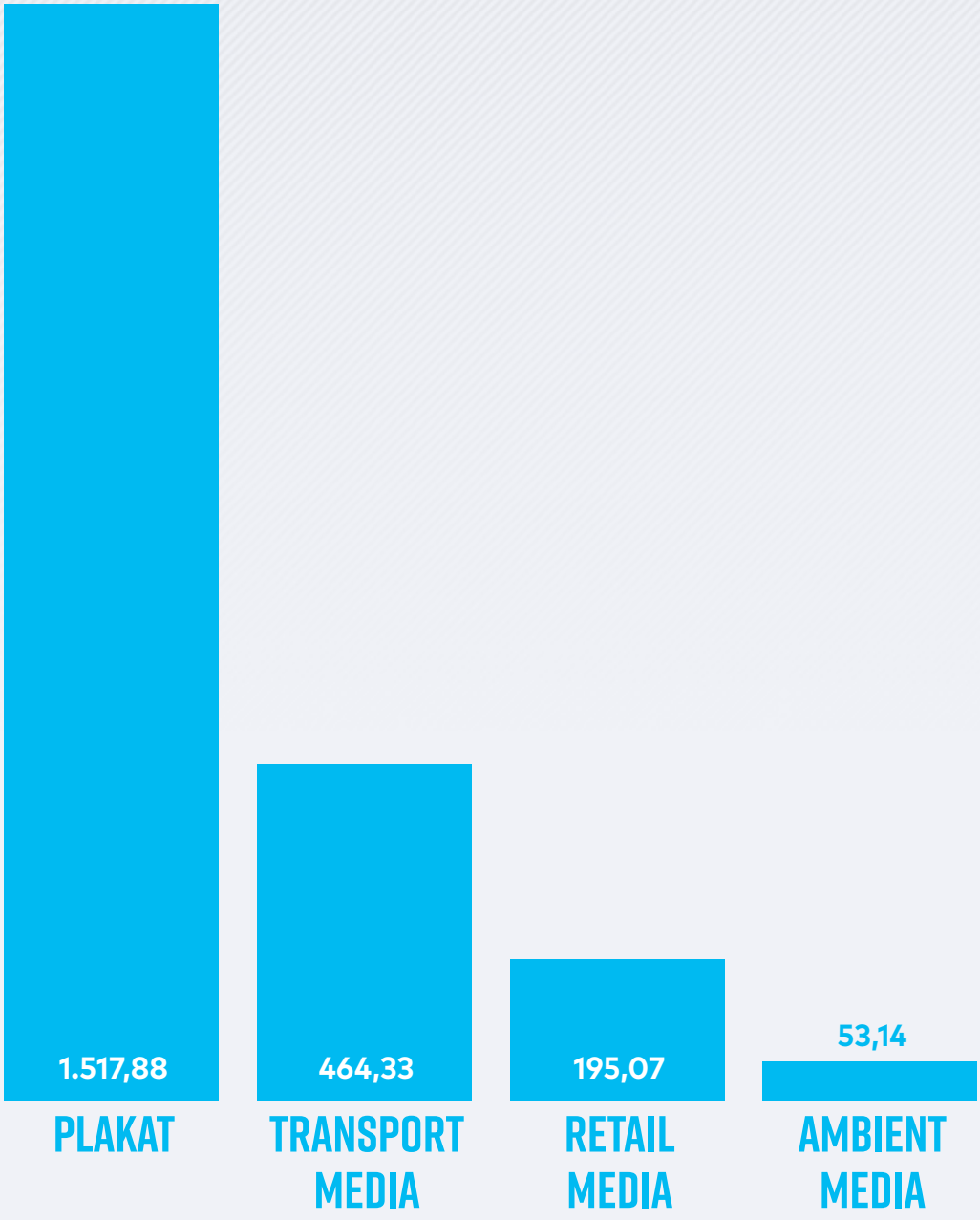
Netto-Werbeeinnahmen der Werbeträger in Deutschland 2018

(in Millionen Euro)

Quelle: Statista.de, ZAW

DER DEUTSCHE OUT OF HOME-MARKT

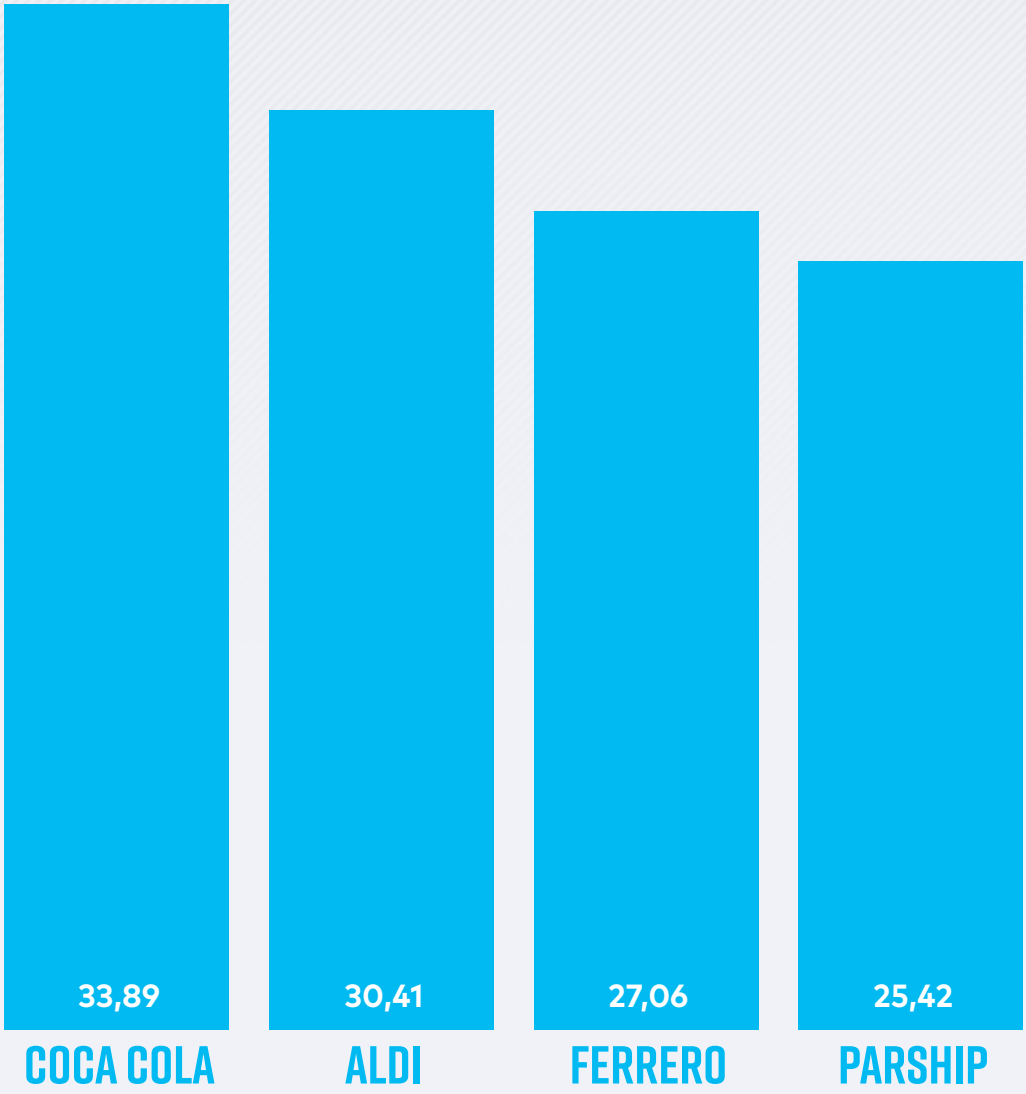
Bruttoumsätze von Out of Home-Werbung 2018 nach Mediengruppen (in Millionen Euro)



Quelle: Statista.de, Nielsen

DER DEUTSCHE OUT OF HOME-MARKT

Firmen mit den höchsten Investitionen in Out-of-Home Werbung 2018 (in Millionen Euro)



Quelle: Statista.de, FAW, Nielsen

DER DEUTSCHE OUT OF HOME-MARKT

Durchschnittliche Preise für Plakatwerbung pro Tag und Fläche nach Stellenarten in den Jahren 2017 und 2018 (in Euro)

Stellenart	2017	2018
City-Light-Poster	18,71 €	19,30 €
City-Light-Säulen	37,67 €	38,27 €
Großfläche	18,03 €	22,41 €
Mega-Light, City-Light-Board	71,42 €	74,49 €
Ganzsäule	21,79 €	22,41 €

Quelle: Statista.de, FAW

KAPITEL 3

Planung & Messung

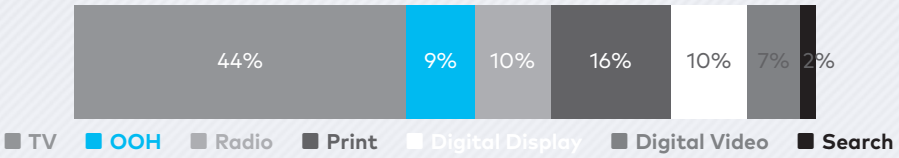
von Out of Home-

Kampagnen

OUT OF HOME-PLANUNG

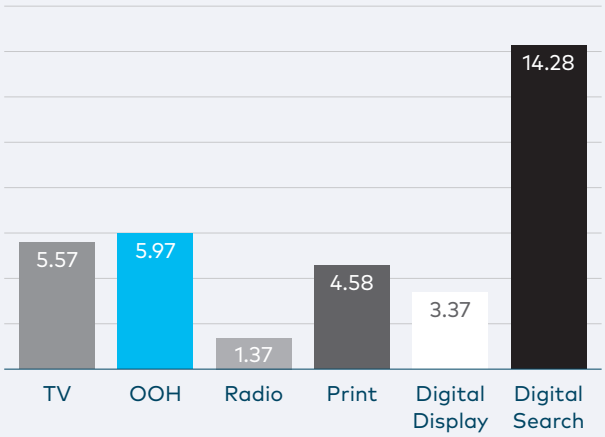
OOH ist im Media Mix nicht mehr wegzudenken und pusht zusätzlich auch andere kanalbezogene Sales ROI (Umsatz, welcher zusätzlich über andere Werbemedien generiert wird).

Der durchschnittliche Media-Mix (Bsp. USA)

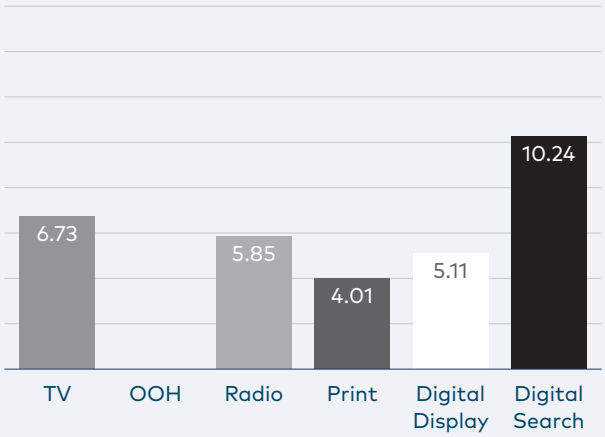


Wenn Out of Home in den Media-Mix inkludiert wird, pusht dies den Sales Revenue ROI für Search um +40% und Print um +14%.
Out of Home konkurriert mit Radio und zum Teil mit Display.

mit OOH



ohne OOH



OUT OF HOME-MESSUNG

Die Performance-Messung von Außenwerbung in Echtzeit lässt sich auf folgende Kennzahlen herunterbrechen:

1. **Brutto Kontakte**
   Wieviele Sichtkontakte generiert Ihre Kampagne
2. **Netto Kontakte**
   Wieviele Personen erreicht Ihre Kampagne
3. **Reichweite**
   Prozentueller Anteil der erreichten Personen an der Gesamtbevölkerung einer Kampagnenzone (abgeleitet von den Netto-Kontakten)
4. **Opportunity to See (OTS)**
   Wie oft wurden die mindestens einmal erreichten Personen im Durchschnitt erreicht
5. **Gross Rating Point (GRP)**
   Das Maß für den Werbedruck Ihrer Kampagne

Targeting in der Außenwerbung

- Spezifische Umgebungen bieten strategische Relevanz (z.B. Konzerthallen, Flughäfen)
- Geo-Targeting reduziert Streuverluste
- Beacons können eine OOH-Kampagne auf Smartphones strecken, bieten aber derzeit noch nicht genügend Reichweite (Opt-In/DSGVO).

PLANUNG & MESSUNG VON OUT OF HOME-KAMPAGNEN

Brightscope
www.brightscope.io

Wofür?
Real-Time- Planung und Messung von Out of Home-Kampagnen (statische, digitale und mobile Außenwerbung).

Was wird gemessen?
- Kampagnen-Reichweiten
- Brutto-/Netto-Kontakte
- Frequenzen (Heatmaps)
- Alter
- Geschlecht
- Herkunft
- Verweildauer

Add-Ons
- CRM/POI Integration
- Installations-Beweilsbilder
- PDF Report Export

Technologie:
- Anonymisierte Mobilfunk-bewegungsdaten
- Manuelle und automatisierte Objekterkennung
- Artificial Intelligence
- GPS

Systemvoraussetzungen:
Keine, da web-basiert

KAPITEL 4

Das kleine **1x1**

des Out of Home

OUT OF HOME-LEXIKON

Ambient-Medien
Ungewöhnliche Sonderwerbeformen der Außenwerbung, die vorrangig im Lebensumfeld der Zielgruppe platziert werden.

Bogenformat
Maßeinheit zur Bestimmung der zweidimensionalen Ausdehnung eines Mediums nach Länge und Breite.

Bogenplakat
Plakat im oben beschriebenen Bogenformat.

Brutto-Kontakte
Kennzahl zur Darstellung der Gesamtheit der Passanten, die mit einem Außenwerbemittel pro Zeiteinheit in Kontakt kommen.

Brutto-Reichweite
Die Summe der Kontakte ohne Berücksichtigung von Mehrfach-Kontakten (Überschneidungen).

CityFormat
Deutsches Plakatformat für die Vitrinenplakatierung (120 x 176 cm).

CPM (Cost per Mille)
bzw. TKP (Tausend Kontakt Preis)
TAI (Thousend Ad Impressions)
Kennzahl, die angibt welcher Geldbetrag bei einer Werbemaßnahme eingesetzt werden muss, um 1.000 Personen einer Zielgruppe per Sichtkontakt zu erreichen.

Digital Media
Meist hochauflösende, digitale Screens im Hoch- bzw. Querformat, welche mit Spot-Loops bespielt werden.

Digital Signage
Digitale Werbe- und Informationssysteme.

DOOH (Digital Out of Home)
Ein Sammelbegriff für digitale Außenwerbung.

Fallzahl
Zahl der Personen in einer Stichprobe.

Frequenz
Anzahl der Kontakte durch Passanten oder Fahrzeuge, die innerhalb einer definierten Zeitspanne ein Out of Home-Medium kontaktieren.

Formatsprengung
Kreative Add Ons (z.B. bei Plakaten), welche über das Standard-Format hinausgehen.

G-Wert
Kennzahl für die Aufmerksamkeitswerte bei Werbemitteln.

Geofencing
Definition der Begrenzung einer geographischen Fläche, sodass zwischen innen und außen unterschieden werden kann.

GPS
Global Positioning System; erlaubt die Verortung von mobilen Objekten (zum Beispiel Autos, aber auch Menschen) via Satellit.

Gross Rating Point
Maß für den Werbedruck, der die Brutto-Reichweite in Prozent innerhalb des Zielgruppenpotenzials darstellt.

Impact
Wirkung und Erfolg von Kommunikationsmaßnahmen bei den Zielpersonen (z.B. Erinnerung).

Infoscreen
Digitale Screens in U-Bahn-Stationen, Straßenbahnen und Bussen.

Klebeintervall (Aushangsintervall)
Kleinster Zeitraum, für den eine Außenwerbefläche mindestens belegt werden muss.

Kontaktchancen (Impressions)
Anzahl an Personen, welche die Chance hatten, einen Werbeträger in einem bestimmten Zeitraum zu sehen. Nicht zu verwechseln mit den tatsächlichen Views!

Lichtwerbung
Lichtinstallationen & Laser-Projektionen im öffentlichen Raum.

Litfaßsäule
Werbeträger der Außenwerbung in zylindrischer Form; benannt nach Ernst Litfaß.

Megaboard
Überdimensionaler Außenwerbeträger, zumeist entlang von Tangenten oder Einfahrtsstraßen in Metropolen oder auf Verbindungsstrecken.

NFC (Near Field Communication)
Internationaler Übertragungsstandard zum kontaktlosen Austausch von Daten per Funktechnik über kurze Strecken.

One to Many
Ein Medium, welches viele Menschen gleichzeitig anspricht (nicht personalisiert).

Out of Home
Sammelbegriff für Werbung, die Zielgruppen außerhalb ihres Wohnbereichs erreicht und meistens im öffentlichen Raum anzutreffen ist.

Performance Out of Home
Außenwerbung, die nach Kontaktchancen verrechnet wird (z.B. Folyo).

Plakatreichweite
Kennzahl, die aus dem Anteil der Personen aus der Grundgesamtheit mit mindestens einem Kontakt innerhalb eines Zeitintervalls berechnet wird.

Programmatic
Vollautomatischer und individualisierter Ein- und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit.

Real Time Bidding (RTB)
Verfahren, mit dem man bei der Auslieferung von digitalen Werbemitteln automatisiert und in Echtzeit auf Werbeplätze/Impressions bieten kann.

Reichweite
Kennzahl zur Darstellung des Anteils der genau bestimmten Bedarfsgruppe, die pro Zeiteinheit mit einem bestimmten Außenwerbeträger Kontakt hat.

RFID (Radio Frequency Identification)
Kleine Chips, die auch ohne eigene Stromversorgung eine Kennung aussenden, um Gegenstände zu identifizieren.

Station Branding
Gesamtinszenierung von U-Bahn-Stationen, Bahnhöfen oder Flughäfen.

Streuverlust
Erreichte Kontakte außerhalb der Zielgruppe oder außerhalb der vorgegebenen Bereiche.

Targeting
Die zielgruppengenaue Ansprache.

Transport Media
Sammelbegriff für Ridesharing-, Bahn-, Bus-, U-Bahn-, Straßenbahn- und Lkw-Werbung.

Views
Anzahl an Personen, die einen bestimmten Werbeträger in einem festgelegten Zeitraum wirklich gesehen hat.

Zielgruppe
Personen, die von einer Werbebotschaft erreicht werden sollen (z. B. nach Alter, Geschlecht, Kaufkraft oder Interessen).

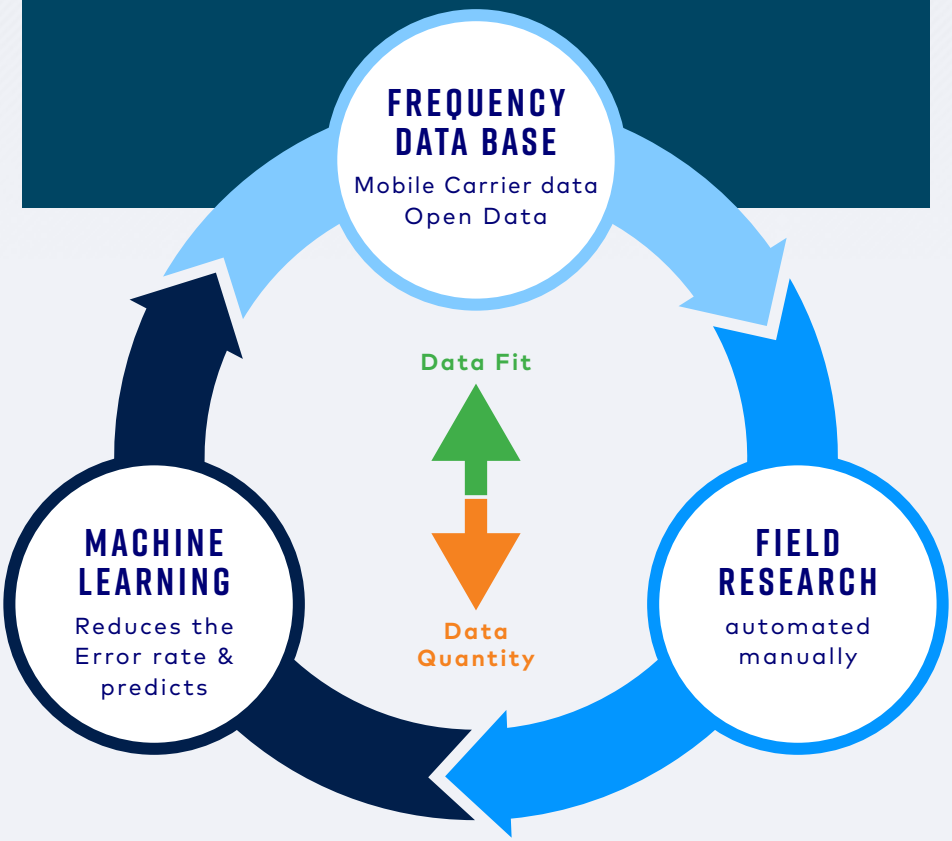
ÜBER BRIGHTSCOPE

Brightscope ist eine anbieterunabhängige Plattform zur Planung und Messung von Out of Home-Kampagnen.

Über die Brightscope-Plattform kann die in Echtzeit gemessene Performance (wie z.B. Brutto- & Netto-kontakte, Reichweite, Alter, Geschlecht) von Außen-werbe-Kampagnen eingesehen, exportiert oder via API kommuniziert werden.

Brightscope funktioniert für statische, digitale und mobile Außenwerbung.

Weitere Informationen unter: www.brightscope.io



ÜBER FOLYO

Folyo ist eine Plattform zur Buchung von mess- & trackbarer Fahrzeugwerbung.

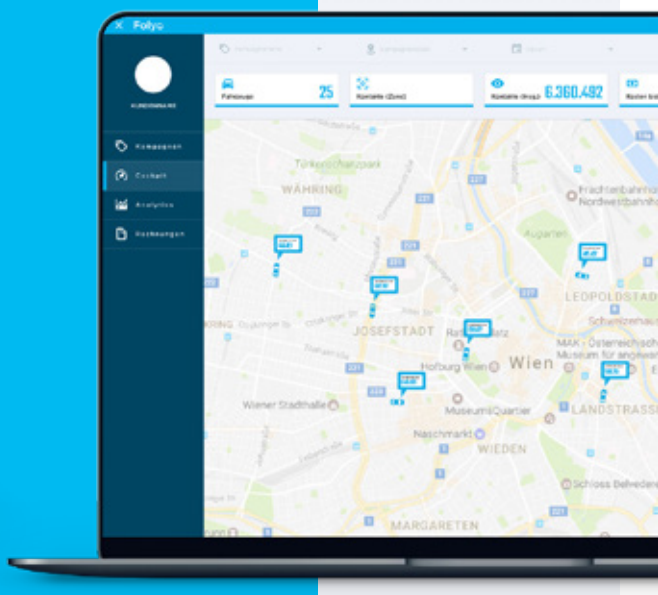
Echte Real-Time-Messung

Die Messung erfolgt über die Brightscope-Technologie – ein Mix aus anonymisierten Mobilfunk-Bewegungsdaten, Objekterkennung und Künstlicher Intelligenz.

Kreative Kampagnen Add-Ons

- Audience Targeting: aktives Parken an zielgruppenspezifischen Locations (z.B. Messen).
- Urbane Schnitzeljagd: Die gebrandeten Fahrzeuge finden, fotografieren und Preise gewinnen.
- In-Car-Branding: Bespielung von iPads im Fahrzeug, und Auslegen von Infomaterial.

Weitere Informationen unter: www.getfolyo.com



Copyright
Brightscope
a Folyo GmbH brand
Edelhofgasse 21/3
1180 Wien
Österreich

Firmenbuchnummer: FN 450341 t
Handelsgericht Wien, Österreich
UID-Nr.: ATU 70731149
Geschäftsführung: Manuel Klabacher

Quellen:

WARC Out of Home Reports
warc.com/topics/media-channels/outdoor_ooh?Sort=ContentDate%7c1&DVals=4294615787+4294615771+10785&FstEntry=false&RecordsPerPage=25

Outdoor Advertising Association of America, Inc.
oaaa.org/Portals/0/Public%20PDFs/Planning%20for%20OOH_2018.2.pdf
oaaa.org/portals/0/Public%20PDFs/Value%20Prop%20Rebrand/OOH%20Value%20Proposition.pdf
oaaa.org/AboutOOH/OOHBasics/HistoryofOOH

PwC Global Entertainment and Media
pwcmediaoutlook.com/segment/US

Fachverband Außenwerbung e.V.
faw-ev.de

Statista
statista.de

Bilder:
shutterstock.com
pexels.com
Folyo GmbH
Brightscope.io

Brightscope
a Folyo GmbH brand
Edelhofgasse 21/3
1180 Wien
Österreich

Tel. +43 (0) 664 423 30 36
E-Mail: info@brightscope.io
Web: brightscope.io

Brightscope