

Schnelle Werbung auf neuen (Vertriebs-)Wegen

Utl.: Fast Moving Media exklusiver Vertriebspartner für
Postbus-Werbung =

Wien (OTS) - Die Österreichische Postbus AG hat die Vermarktung der Werbeflächen ihrer 1400 Busse einem exklusiven Vertriebspartner, Fast Moving Media (FMM), übertragen. Unter dem Motto "Das schnellste Plakat Österreichs" startet nun eine Vertriebs- und Marketingoffensive.

FMM ist eine Tochter des bekannten ORF-Partnerunternehmens Stage & Studio. Dieses ist bereits mit einer anderen Tochter, contain:ad (Werbecontainer), erfolgreich im Außenwerbungsmarkt präsent.

Die Vereinbarung zwischen FMM und Postbus wurde beginnend mit 2003 für fünf Jahre abgeschlossen. Der Deal bringt für beide Partner klare Vorteile: Postbus hat den Vertrieb ausgelagert und kann sich über einen schönen Ertragszuwachs freuen. Weiters gibt es ein Zusatzgeschäft für die Postbus-Werkstätten, wo weiterhin die Beklebung der Busse mit den Werbefolien stattfindet. FMM wiederum verfügt exklusiv über die Postbus-Werbeflächen und hat damit einen der attraktivsten Werbeträger im Wachstumsmarkt Außenwerbung:

- Die 1400 Postbusse sind in ganz Österreich unterwegs und legen jährlich 80 Millionen Kilometer zurück. Flächendeckende Kampagnen sind damit ebenso möglich wie ein zielgerichteter regionaler Einsatz.
- Werbung am Postbus ist nicht zu übersehen. Dafür sorgen die bis zu 18 Meter langen Busse der Postbusflotte. Großflächige Werbeformate bis hin zur Vollbeklebung sorgen für hohe Impactwerte.

Karl Stagl, Geschäftsführer von FMM und Stage & Studio zu den Vorteilen der Postbus-Werbung: "Postbus steht für Mobilität und bietet damit ein ideales Themenumfeld für viele Produkte und Branchen: Auto und Verkehr, Snacks und Getränke, Telekom und IT, Reisen und Leben, Sport und Freizeit, Kultur und Unterhaltung usw."

Und Markus Ott, Marketingleiter der Österreichischen Postbus AG, ergänzt: "100 der insgesamt 150 Millionen Postbus-Fahrgäste sind

Kinder und Jugendliche. Der Postbus ist damit auch der ideale Werbeträger für Kampagnen im Kinder- und Jugendmarkt, wo klassische Werbemedien immer weniger greifen."

Einige Unternehmen haben diese Vorteile bereits erkannt und nutzen den Postbus bereits als Werbeträger. Dazu zählen so klingende Namen wie H & M und UPC Telekabel.

Die Produktpalette ist klar gegliedert und entspricht den Markterfordernissen. Zudem gibt es in der Einführungsphase besonders günstige Einsteigerpakete und Aktionen. Die Hauptprodukte von FMM und Postbus sind:

- Vollbeklebung: Nahezu der gesamte Bus wird individuell, nach Kundenwünschen, beklebt. Vorteile: Unverwechselbarer Werbeträger; höchste Aufmerksamkeitsleistung.
- Bus.Plakat: Die Bus-Seitenwand wird mit Folien im 16- oder 24-Bogen-Format beklebt. Vorteile: Attraktives Format; einfache Verwendung von bestehenden Sujets.
- Module: Auf den Seitenwänden (Format: 2 x 0,50 m). Vorteile: Standardformat; besonders kostengünstig.
- Innenwerbung: A2 Plakate, Produktsampling usw.
- In Planung: Indoor Infoscreens

Darüber hinaus sind FMM und Postbus offen für kreative Sonderwerbformen, z.B. für PR- und Promotionfahrten mit eigens gebrandeten Bussen. Selbstverständlich bietet FMM seinen Kunden Full Service: Folienproduktion, Montage und Demontage kommen aus einer Hand. Die Kooperation mit den Postbus-Werkstätten sorgt für eine reibungslose und rasche Durchführung.

Der Agentur-erfahrene FMM-Vertrieb berät die Kunden hinsichtlich der Flächenbelegung. In naher Zukunft steht den Kunden auch ein Web-basiertes Planungs- und Buchungstool mit entsprechenden Mediadaten zur Verfügung.

Karl Stagl zusammenfassend: "In drei Jahren wollen wir mit der Postbus-Werbung fixer Bestandteil in jedem Mediaplan sein."

Rückfragehinweis:

Barbara Tichy
Leiterin Unternehmenskommunikation
Österreichische Postbus AG

Prinz Eugen-Straße 8 - 10, 1040 Wien
Tel.: 01/79 444-2500, 0664/624 34 06
mailto:barbara.tichy@postbus.at

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0106 2003-02-26/11:34

261134 Feb 03

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20030226_OTS0106