

Ausbau der digitalen Werbemöglichkeiten am Flughafen Wien

Interview mit Ilse Koinig,
Leiterin Werbung – Airport Media, Flughafen Wien AG

Was zeichnet den Flughafen Wien aus?

Die Marke Airport Media steht für das multidimensionale Kommunikations- und Medienangebot am Flughafen Wien. Damit wollen wir die einzigartige Brand-Location ihrer Bedeutung entsprechend offensiver im Bewusstsein der Werbewirtschaft verankern. Schließlich erreichen Sie mit Flughafen-Werbung nicht nur die rund 24,4 Millionen jährlichen Passagiere auf direktem Weg, sondern sprechen tagtäglich Zigtausende nationale und internationale Entscheidungsträger an. Um diese höchst mobile Zielgruppe der Business-Reisenden noch besser anzusprechen, legen wir bei Airport Media den Fokus auf den konsequenten Ausbau an digitalen Flächen und generieren damit mehr als 34,5 Millionen Kontakte pro Jahr.

Welche Rolle spielen die „Marke“ Wien und Regionalität?

Es gibt natürlich eine sehr starke Verbindung des Flughafens mit Wien. Insbesondere Kulturinstitutionen und lokale Gastronomie werben sehr gerne am Flughafen Wien, aber auch der Luxuskonsumbereich präsentiert

gerne seine Produkte am Flughafen Wien für das internationale Klientel.

Was macht den Airport als Touchpoint besonders?

Das Medium Flughafen Wien ist eine einzigartige Markendreh Scheibe mit Top-Media-Leistungswerten und Top-Kontaktqualität. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Passagiere beträgt rund zwei Stunden – dies in einem höchst konsumfreudigen Werbeumfeld mit mehr als 100 Shop- und Gastronomie-Einrichtungen. 92 Prozent dieser mobilen Zielgruppe gehören der Altersgruppe 18 bis 54 an. Dazu kommen ca. zehn Millionen Begleiter und Abholer pro Jahr.

Welche Zielgruppen erreichen Werbungtreibende am Flughafen Wien?

In erster Linie sind es die rund 24,4 Millionen Passagiere, die den Flughafen Wien jährlich frequentieren. Rund 40 Prozent davon verreisen aus geschäftlichen Gründen. Sie erwarten vor allem Premium-Qualität und ein breites Angebot an bekannten Top-Marken. Privatreisende sind oftmals die konsumfreudige Zielgruppe der (kinderlosen) Jüngeren oder Sin-

gles. Zum anderen sind es Personen im mittleren und fortgeschrittenen Alter, die oft und gerne reisen. Bezeichnend ist jedenfalls die Orientierung zu hochwertigen Gütern. Nicht zuletzt sind es die rund 22.000 Arbeitnehmer am Standort Flughafen, die tagtäglich vor Ort sind und damit auch wertvolle Multiplikatoren für eine Kampagne am Flughafen Wien sind.

In welcher emotionalen Verfassung sind Reisende?

Auch wenn Flugreisen heutzutage für einen großen Teil der Bevölkerung eine ganz normale Form des Verreisens sind, so bietet das internationale Flair eines Flughafens für viele ein besonderes emotionales Ambiente. Dementsprechend aufgeschlossener und intensiver wird die Umgebung daher vom Reisenden aufgenommen. Dazu kommt, dass der Flughafen oft der Ausgangspunkt einer vielversprechenden Reise ist – sei es der Beginn einer Urlaubsreise oder Start zu einem Business-Trip.

Warum lassen sich Marken am Flughafen besonders gut inszenieren?



Als eigene Brand-Location für internationale Marken lassen sich Werbebotschaften besonders wirksam im exklusiven Ambiente eines Flughafens inszenieren. Insbesondere großformatige Flächen an spezifischen Hotspots schaffen hohe Aufmerksamkeit und wirken besonders nachhaltig bei Imagewerbung. Das breite

Portfolio eröffnet zusätzlich Möglichkeiten für eine „beschreibende“ Werbung entlang der Passenger Journey.

Welche konkreten Vorteile bietet Airport-Werbung?

Abgesehen von der eindrucksvollen Kontaktanzahl von 24,4 Millionen Fluggästen pro Jahr ist die Kontakt-

qualität des Mediums Flughafen Wien einzigartig. Airport Media bietet dazu individuelle Gestaltungsmöglichkeiten für maßgeschneiderte Kampagnen. Einerseits die zielgruppenspezifische Positionierung am Gelände des Flughafens Wien, andererseits das breite Produktportfolio von Airport Media, wie großformatige LED-Installationen an den Hotspots der Passenger Journey und Riesenleuchtwände im hochfrequenten Ankunftsbereich bis hin zu individuell angepassten digitalen Netzen für die zielgruppenspezifische Direktansprache.

Für wen bietet sich Airport-Werbung an?

Das breit gefächerte Portfolio von Airport Media bietet für jede Kampagne und jedes Budget das passende Produkt. Speziell mit der Kombination von digitalen Werbemöglichkeiten und klassischer Werbung werden individuelle Werbebotschaften zielgerichtet an die jeweilige Kundengruppe gerichtet.

Gibt es Beispiele für besonders kreative Umsetzungen?

Besonders kreative Umsetzungen finden wir bei Branding-Möglich-

keiten ganzer Bereiche wie Gates oder Gängen. Oft gehen diese Werbe-Brandings in den allgemeinen Sprachgebrauch über, wie beispielsweise der Sixt-Gang oder die Samsung-Brücke.

Welche digitalen Möglichkeiten bietet Airport Media?

Ein Schwerpunkt ist die Stärkung unseres Produktportfolios durch den weiteren Ausbau an digitalen Werbemöglichkeiten am Flughafen Wien. Das besondere Augenmerk liegt insbesondere in Realisierung von Großformat-Installationen an hochfrequenten Hotspots. So konnten wir Ende 2017 zwei große LED-Walls in der zentralen Gepäckausgabehalle mit jeweils 15 m² und 18 m² umsetzen, die als neues Entree die Ankommenden bereits am Beginn der Gepäckausgabehalle empfangen. Seit wenigen Wochen steht den Kunden von Airport Media nun auch eine digitale Großformatfläche im Abflugbereich des Terminal 3 direkt nach der zentralen Sicherheitskontrolle für eindrucksvolle und bildgewaltige Imagewerbung zur Verfügung.

Insgesamt 120 Bildschirme, 2 x 4 Monitore je Gepäckbandauslass, in der Gepäckausgabehalle spielen die Werbespots synchron auf allen Bildschirmen gleichzeitig aus und verwandeln die gesamte Gepäckausgabehalle in individuelle Marken- und Produktlandschaften. Digitale Netze fangen die Passagiere an den unterschiedlichen Touchpoints ein und verstärken damit die Werbebotschaften zusätzlich.

Auswahl der Werbemöglichkeiten am Flughafen Wien

DIGITALE GROSSFORMAT-FLÄCHEN

Mit den großformatigen Digitalflächen sowohl im Ankunfts- als auch im Abflugbereich sprechen die Werbekunden die Passagiere auf außergewöhnliche Art direkt an den Touch Points ihrer Reise an.

LED Walls Central Arrival
2 Walls in der zentralen Gepäckausgabehalle mit jeweils 15m² und 18m² als neues Entree für alle Ankommenden am Beginn der Gepäckausgabehalle



LED Wall Central Security Terminal 3
Direkt nach der Sicherheitskontrolle für das Terminal 3 bildet die Wall einen zentralen Punkt für alle abfliegenden Passagiere der F- und G-Gates.

WERBUNG AUF BRÜCKENÜBERGÄNGE TERMINAL 3

4 Brückenübergänge in den Check-in Bereich Terminal 3. Insgesamt 8 Flächen mit einem Format von 12,8 m x 2,5 m, gesamt rund 260 m² Werbung

Mit diesen imposanten Flächen dominieren die Werbeflächen nicht nur die gesamte darunter liegende zentrale Abholerhalle sondern sind auch sehr gut vom Abflug aus sichtbar.





BRANDING MÖGLICHKEITEN

Mit Branding ganzer Bereiche – wie zum Beispiel Fluggastbrücken oder kompletter Gate Wartebereiche – können Werbekunden diese Zonen in individuelle Markenlandschaften verwandeln und damit insbesondere Imagewerbung in das exklusive Umfeld eines Flughafens verankern.



LEUCHTKÄSTEN

Die verschiedenen Standorte der Leuchtkästen entlang der Passenger Journey zusammen mit den beeindruckenden Formaten bringen die Werbeflächen auf diesen hochfrequenten Positionen im Terminalverbund besonders zur Geltung.



MEGA WALL

Der Standort befindet sich im Terminal 3 an der Bordkartenkontrolle zu den F- und G-Gates. Damit erreichen Sie nahezu alle Star Alliance-Passagiere für Abflüge zu Schengen als auch zu Non-Schengen Destinationen.

Die Content-Management-Software ermöglicht es, unterschiedliche Medien synchron und in bester Auflösung darzustellen. So können Sie für jede Fläche individuell entscheiden, ob Sie Standbilder oder Bewegtbilder für Ihrer Werbung bevorzugen. Die verschiedenen BiB Funktionalitäten der Mega Wall und der besonders stark frequentierte Standort im Terminal 3 machen die Mega Wall besonders geeignet für eindrucksvolle und bildgewaltige Werbeeinsparungen.