

CityUp

Lokales TV im Schaufenster in verschiedenen Großstädten vertreten

In den vergangenen Wochen hat der bundesweite Ausbau von „Schaufenster-TV“ einen großen Schritt nach vorne gemacht: Die Digital Out-of-Home-Lösung (DOOH) von CityUp ist mittlerweile in verschiedenen größeren Städten, darunter Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Köln, München und Stuttgart, vertreten. In den Auslage der partizipierenden Einzelhandelsunternehmen sind Flatscreens installiert, über die ein exklusives Infotainment-Fernsehprogramm ausgestrahlt wird. Dieses besteht aus Nachrichten, Infosendungen und Werbe-Clips. Das Programm wird dabei in einen überregionalen und einen lokalen Block aufgesplittet. Dabei wird besonderen Wert auf die regionale Dimension des Konzepts gelegt, wie CityUp-Geschäftsführerin Anne Nölling betont: „Mit dem lokalen Bezug sowohl in der Werbung als auch in redaktionellen Beiträgen wie Stadtnachrichten, dem Wetterbericht der Region oder Veranstaltungshinweisen besetzt ‚Schaufenster-TV‘ eine noch nicht belegte Nische im Digital-Out-of-Home-Bereich. Vor allem durch die Positionierung der Screens direkt am PoS birgt das Konzept hohes Werbe-Potenzial.“

Das Konzept sieht außerdem vor, dass die Platzierung eines Clips im Programm kunden- und produktspezifisch gestaltet werden kann, da jeder Screen individuell per UMTS von der CityUp-Zentrale aus ansteuerbar ist. Dank dieser Flexibilität kann ein Kunde strategisch festlegen, an welchen Standorten sein Clip zu welcher Zeit gesendet wird, so dass ein bestmöglicher Streueffekt erzielt werden kann. Auf diese Weise kann zum Beispiel Eiswerbung nur bei schönem Wetter gesendet, Werbung für den Schreibwarenladen an der Ecke an dessen Öffnungszeiten angepasst, oder beispielsweise in der Nähe eines Fitness-Centers für Sportbekleidung geworben werden. Die Technik hinter Schaufenster-TV besteht aus hochauflösenden Flatscreens von NEC, die für den Dauerbetrieb ausgelegt sind. Um einen

möglichst großen Wiedererkennungseffekt zu erzielen, sind die Bildschirme in einem extravaganten Hochformat gehalten, mit einem externen Mini-PC ausgestattet und stehen auf einer exklusiv gefertigten Stele. Das gesamte Equipment wird dem Einzelhandel kostenfrei zur Verfügung gestellt, wobei jeder partizipierende Händler monatlich freie Werbeminuten auf seinem eigenen und auf rund 30 Screens im näheren Umfeld erhält.

www.cityup.de

www.cityup.de

Zieht die Aufmerksamkeit auf sich: „Schaufenster-TV“ mit lokalem Bezug.

