

PRESSEMITTEILUNG

Hannover, den 30.08.2016

Heinekingmedia entwickelt erste Live-Buchungsplattform für digitale Außenwerbung (DOOH)

Bildschirme ersetzen zunehmend klassische Werbemedien, so gehören Poster und Plakate im Einzelhandel mehr und mehr der Vergangenheit an. Ob beim Warten an der Supermarktkasse, dem morgendlichen Gang zum Bäcker oder beim Warten auf den Zug am Bahnhof – bewegte Werbeinformationen auf Bildschirmen begegnen uns im Alltag überall. Mit DOOH.de bringt heinekingmedia die erste Live-Buchungsplattform für digitale Werbeplätze auf den Markt, welche ein stetig wachsendes Netzwerk an Bildschirmen für jeden einfach buchbar macht.

Digitale Außenwerbung auf dem Vormarsch

Sie sind am Flughafen, der wohlverdiente Urlaub steht an. Auf dem Weg zum richtigen Gate begegnen Ihnen Bildschirme: Fluggesellschaften werben für aktuelle Angebote und der Juwelier im Flughafen wird beworben. Genau das ist digitale Außenwerbung bzw. Digital Out of Home (DOOH). Diese Bildschirme werden in Netzwerken vertrieben, d.h. einem Anbieter gehört ein bestimmter Pool an Bildschirmen. Sie können auch von Dritten als Werbefläche gebucht werden. Das Problem dabei: Jeder Netzwerkbetreiber hat andere Standards und die Betreiber nutzen unterschiedliche Software. Somit ist es bislang sehr aufwendig, in unterschiedlichen Netzwerken gleichzeitig zu buchen und mit derselben Werbebotschaft zu werben. Des Weiteren sorgt die Vielzahl unterschiedlicher Netzwerkanbieter für einen unüberschaubaren und schwer zugänglichen Markt. Für lokale und auch nationale Werbekunden konnte das Medium DOOH somit bislang nicht genügend an Relevanz gewinnen.

Die Buchungsplattform für digitale Außenwerbung DOOH.de

DOOH.de ist die erste Live-Buchungsplattform, die vorhandene Netzwerke zu einem Gesamtnetzwerk zusammenfasst. Der Kunde kann so aus einem riesigen Pool an Bildschirmen schöpfen und mehrere, sowie gezielt einzelne Bildschirme, durch wenige Klicks buchen.

Sofort erhält der Kunde Rückmeldung, ob die Bildschirme zu der gewünschten Zeit verfügbar sind. Fällt ein Bildschirm aus und kann die Werbung so nicht angezeigt werden, meldet das System durch den direkten Rückkanal sofort eine Störung und der Kunde zahlt nur die ausgestrahlte Sendezeit. Neben der Ansprache der breiten Masse durch eine deutschlandweite Kampagne, kann auch der ortsansässige Friseur „vor Ort“ über einen Bildschirm im Laden und in seinem Einzugsgebiet werben. Aber nicht nur das Buchungsportal wird dem Kunden an die Hand gegeben. Bei Bedarf kann er ein komplettes Geschäftsmodell nutzen. So können Netzwerkbetreiber mit einem vorhandenen Netzwerk ihre Bildschirme über DOOH.de kostenlos mitvermarkten lassen.

Darüber hinaus bietet heinekingmedia auch Franchisepartnern, die sich ein eigenes Netzwerk aufbauen wollen, die Möglichkeit, durch die bereits vorhandene Mediabox-Technologie am DOOH-Markt zu partizipieren. Die Mediabox kombiniert Werbeinhalte mit aktuellen Nachrichten zu einem unterhaltsamen Werbe- und Informationsmonitor.

heinekingmedia etabliert mit DOOH.de die digitale Außenwerbung als Medium der Zukunft

Bereits heute betreibt heinekingmedia als Franchisegeber DOOH-Netzwerke in 35 deutschen Städten gemeinsam mit Partnern wie WeltN24, TÜV Nord, TÜV Rheinland und der MADSACK Mediengruppe mit zahlreichen Zeitungstiteln. Das Digitale Schwarze Brett von heinekingmedia wird von 7.500 Kunden in Deutschland in Schulen, Unternehmen und Behörden eingesetzt. Nach dem DSB, welches die digitale Anzeige in Schulen und Unternehmen etablierte, setzt das Unternehmen nun auch mit DOOH.de Maßstäbe im DOOH-Markt.

„Unsere 10-jährige Erfahrung im Bereich des Digital Signage haben wir genutzt, um unseren Kunden eine Komplettlösung an die Hand zu geben. Angefangen vom umfassenden Netzwerk mit intelligenter Technologie, über ein faires Geschäftsmodell, bis hin zum umfassenden Service – Wir lassen unsere Kunden nicht alleine.“, so Andreas Noack, CEO der heinekingmedia GmbH.

Mit DOOH-Medien die Massen erreichen

Die Hälfte der Bundesbürger wird durch DOOH-Medien nach der GfK-Studie „Public Screens 2014“ erreicht, das sind über 378 Mio. Bruttokontakte in der Woche. DOOH oder eben Digital Out Of Home meint dabei die Kommunikation von Werbeinhalten an den Orten, an denen sich die meisten Menschen tagsüber aufhalten: Im Supermarkt, beim Bummeln in der Shopping-Mall, im Restaurant oder beim Warten auf Bahn oder Bus. An diesen Touchpoints sind Kunden am empfänglichsten für Werbeinhalte. Über Bildschirmanzeigen mit bewegten Bildern sollen Neukunden geworben, aber auch bestehende Kunden mit Sonderangeboten, Neuheiten etc. versorgt werden – 24h am Tag an 7 Tagen in der Woche.

Über heinekingmedia

Die heinekingmedia GmbH entwickelt und vertreibt moderne Kommunikationslösungen in Schulen (netschool), Unternehmen (netbizz), öffentlichen Einrichtungen (netpublic) und spezielle Lösungen für den Einzelhandel (netPOS). Heinekingmedia ist einer der führenden Anbieter im Bereich Digital Signage, beschäftigt aktuell 95 Mitarbeiter und versorgt 7.500 Kunden sowie täglich 1,5 Millionen App-Nutzer.

Zusätzliche Informationen erhalten Sie auf: www.DOOH.de

(680 Wörter, 5.076 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Pressekontakt:

heinekingmedia GmbH

Jessica Narten

Public Relations Manager

Hamburger Allee 2-4

30161 Hannover

Tel.: +49 (0) 511/675190

presse@heinekingmedia.de

heinekingmedia GmbH
Hamburger Allee 2-4
30161 Hannover

E-Mail: presse@heinekingmedia.de
Telefon: 0511 67 519 0
Telefax: 0511 67 519 111

Sparkasse Nienburg
IBAN DE312565010
60040360331
BIC NOLADE21NIB

GF: J. Harries, K. Kretschmer, A. Noack
HRB 100895
Registergericht: Walsrode