

## PRESSEMITTEILUNG

### Hauptbahnhof bringt emotionale Botschaften

- **Ströer stellt 20 Out-of-Home-Channels am Kölner HBF auf**
- **Teilstück des deutschlandweiten Bewegtbildnetzes an Bahnhöfen und demnächst auch in Einkaufszentren**
- **Neues Kapitel in der Geschichte der Werbung mit bewegten Bildern**

Köln, 3. November 2011 Die Ströer Gruppe hat am Kölner Hauptbahnhof 20 Out-of-Home-Channels in Betrieb genommen. Die digitalen Screens sind Teil des neuen und deutschlandweiten Bewegtbildnetzes von Ströer – eine echte Innovation für die Außenwerbung. Bis Ende 2011 plant das Unternehmen, an den 200 frequenzstärksten Bahnhöfen in Deutschland an die 1.000 Bildschirme in Betrieb zu nehmen, die sowohl einen synchronisierten Werbeauftritt im ganzen Land, als auch eine geografische Aussteuerung ermöglichen. Die mit dem „red dot design award“ – dem weltweit anerkannten Siegel für ausgezeichnetes Design – prämierten Bildschirme strahlen aktuelle Nachrichten und Kulturtipps sowie Werbung aus. In einer zweiten Ausbaustufe werden am Kölner Hauptbahnhof weitere 24 Channels installiert.

**„Mit dem Out-of-Home-Channel kommt eine neue wegweisende Technologie in den Bahnhof“, sagt Steffen Glasnek, Bahnstationsmanager bei der Deutschen Bahn in Aachen. „Die Mischung aus aktueller Information und eindrucksvoller Präsentation bietet einen zusätzlichen Nutzen für unsere Reisenden und Besucher.“**

Die Screens stehen inmitten der dichtesten Verkehrsströme – denn Bahnhöfe haben sich längst zu hochwertigen Standorten mit zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten gewandelt. Erlebniswelten, die ein attraktiver Anziehungspunkt für Millionen von Menschen sind und die im Herzen der Großstadt liegen. So zählt allein der Kölner Hauptbahnhof täglich mehr als 280.000 Besucher und Reisende. Nicht nur die Bahn hat die Chance erkannt und

investiert in den Um- und Ausbau der Bahnhöfe, auch die Ströer Gruppe hat die sich daraus ergebenden Möglichkeiten erschlossen. Seit 2005 hält Ströer die Vermarktungsrechte für die Werbung in den Bahnhöfen der Deutsche Bahn AG und der meisten U-Bahnsysteme in Deutschland. Damit hat das Unternehmen die Voraussetzungen dafür geschaffen, ein neues Kapitel in der Geschichte der Werbung mit bewegten Bildern zu schreiben und investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in den Aufbau des digitalen Out-of-Home-Channels.

**„Ich freue mich, dass wir in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn auch in Köln dieses neue, innovative Produkt realisiert haben“, sagt Udo Müller, Vorstandsvorsitzender der Ströer Out-of-Home Media AG. „Werbung auf den großformatigen Screens nutzt die Emotionalität von Bewegtbild und ist gleichzeitig reichweitenstark. Den Ausbau der Digitalisierung haben wir jetzt durch den Erwerb der ECE Flatmedia noch vertärkt, die Bewegtbildwerbung in den großen deutschen Einkaufszentren betreiben. Insgesamt werden wir damit eine Reichweite von etwa 25 Prozent im Bewegtbildmarkt anbieten können.“**

Eine wissenschaftliche Studie der Mediaagentur MediaCom und der Uni Luxemburg führte zu dem Ergebnis, dass Werbung unterwegs bei Reisenden auf eine auffallend positive Wahrnehmung stößt und sie sich besonders intensiv mit den Botschaften beschäftigen. So wurde bei einer Bahnhofsuntersuchung ein Uplift der Werbeerinnerung von mehr als 15 Prozentpunkten gemessen. Daraus resultiert, so die Studie, eine deutliche Präferenz für die im Bahnhof beworbenen Produkte im Vergleich zu nicht beworbenen Produkten.

Gestern hatte die Ströer Gruppe bekannt gegeben, dass sie ihr Portfolio in der digitalen Außenwerbung nun um den Bereich Einkaufszentren erweitert. Mit dem Erwerb der Hamburger ECE flatmedia GmbH, einer Tochtergesellschaft der ECE und führendem Anbieter für digitale Markenkommunikation und Verkaufsförderung in Einkaufszentren, verstärkt Ströer ihr Engagement im Bereich des Bewegtbildmarktes, in dem bisher nur TV und Internetanbieter unterwegs waren. Das Angebot des Kölner S-Dax Unternehmens umfasst damit digitale Bewegtbildnetze in den 200 größten deutschen Bahnhöfen, in U- und S-Bahnen, am Flughafen und nun auch in den deutschen Einkaufszentren.

### **Über Ströer**

Die Ströer Out-of-Home Media AG mit ihren Tochtergesellschaften ist der Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von den klassischen Plakatmedien über die Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis zu den modernen digitalen Angeboten in der Außenwerbung. Die Unternehmensgruppe vermarktet über 280.000 Werbeflächen, ist mit einem Konzernumsatz von 531,3 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2010 Marktführer in Deutschland, der Türkei und Polen und einer der führenden Außenwerber Europas. Das Unternehmen bietet seinen Kunden umfassende Netzwerke für landesweite Werbekampagnen - seit Dezember 2010 baut Ströer das weltweit größte Bewegtbildnetz mit nationaler Reichweite in der Außenwerbung auf. Bis Ende 2011 sollen an die 1.000 hochwertigen Screens an den 200 frequenzstärksten Bahnhöfen miteinander verbunden und zentral von München aus gesteuert und geschaltet werden. Darüber hinaus verfügt Ströer über ein breit gefächertes Angebot von Außenwerbeprodukten, die in Qualität, Innovation und Design bei Werbeträgern und Stadtmöbeln neue Maßstäbe setzen. Ströer Stadtmöbel wurden 27 Mal mit internationalen Preisen ausgezeichnet. Die Ströer Gruppe beschäftigt zirka 1.700 Mitarbeiter an mehr als 60 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter [www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)

### **Pressekontakt:**

Claudia Fasse  
Ströer Out-of-Home Media AG  
Direktorin Konzern-Kommunikation  
Ströer Allee 1, 50999 Köln  
Telefon: 02236 / 96 45-246  
Fax: 02236 / 96 45-6246  
E-Mail: [cfasse@stroeer.de](mailto:cfasse@stroeer.de)  
[www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)