



EPAMEDIA

HISTORIE

Die Geschichte des Plakats als aufmerksamkeitsstarkes Werbemedium reicht über 150 Jahre zurück. Bereits 1924 wurde die Plakatierungs- und Reklamegesellschaft „Der Ankünder“ gegründet, womit der Grundstein für EPAMEDIA in der heutigen Form gelegt wurde. 1969 wird die „Heimatwerbung“ in Niederösterreich gegründet und 1982 folgt die „AUSSENWERBUNG“ von Heinrich Schuster, womit sich zwei Player am Markt etablieren, die Jahre später zu EPAMEDIA fusionieren. Ab 1989 erfolgt mit dem Fall des Eisernen Vorhangs die Expansion in angrenzende Staaten im CEE-Raum. 1990 werden die ersten beleuchteten Citylights vorgestellt, womit ein massiver Qualitätsschub im Out-of-Home-Angebot erfolgt. 2003 fusionieren „AUSSENWERBUNG“ und „Heimatwerbung“ zur „epd – Europäische Plakat- und Außenwerbung“, die 2006 als „EPAMEDIA – EUROPÄISCHE PLAKAT UND AUSSEN MEDIEN GMBH“ neu formiert wird. 2012 steigt schließlich der heutige Eigentümer ein und stellt die Weichen auf Zukunftskurs. 2013 beginnt mit der Berufung der Medienexperten Brigitte Ecker und Alexander Labschütz als Geschäftsführer von EPAMEDIA eine neue Ära, in der sich das Unternehmen rasch zum führenden Außenwerbe-Spezialisten in Österreich entwickelt. 2016 setzt EPAMEDIA mit Innovationen abermals Akzente am Markt.

INNOVATION

EPAMEDIA ist die erste Adresse für kreative Exzellenz in der Außenwerbung. Gemeinsam mit ihren Kunden bereitet sie als führender Außenwerbe-Spezialist den Markt für kreative Sonderumsetzungen auf und entwickelt das Medium Out-of-Home laufend weiter. Dabei stehen der rasche und effiziente Reichweitenaufbau als auch die Storytelling-



Funktion des Plakats im Vordergrund einzigartiger Kampagnen. Als Fels in der Brandung des disruptiven Medienmarkts positioniert EPAMEDIA das traditionsreiche Medium Plakat als Bindeglied zum

Mobile-Commerce und zur zunehmenden mobilen Mediennutzung. Abseits des Webedutters trägt der führende Out-of-Home-Anbieter zum innovativen und nachhaltigen Markenaufbau bei und entwickelt crossmediale Angebote, die einen hohen Mehrwert für die beworbenen Produkte und Marken bieten. Gemeinsam mit dem österreichischen Broadcaster ATV wird unter anderem ein medienübergreifendes Angebot für TV- und Plakatwerbung erfolgreich am Markt platziert, das auch Klein- und Mittelunternehmen erfolgreiche Kampagnen ermöglicht. Spezielle Netze, beispielsweise für den Automotive- und Healthcare-Sektor, ermöglichen treffgenaue Kampagnen mit überdurchschnittlich hoher Zielgruppengenauigkeit. Mit Erik Maier als Creative Director unterstützt und fördert EPAMEDIA kreative Sonderumsetzungen,

aufmerksamkeitsstarke Formatsprengungen sowie beeindruckende Inszenierungen und trägt damit wesentlich zur Transformation der Out-of-Home-Werbung als Bindeglied zur digitalen Medienwelt bei.





MARKENWERT

Wie kein anderer Anbieter bietet EPAMEDIA ihren Kunden und Partnern durch ihr engmaschiges und flächendeckendes Netz die Möglichkeit, sowohl konzentrierte regionale Kampagnen als auch massive nationale Kommunikationsauftritte zu schalten. Die laufende Optimierung des Netzes und damit einhergehende Qualitätssteigerung der Standorte lässt sich in klaren Zahlen messen, die im Outdoor Server Austria (OSA) erfasst werden und EPAMEDIA ein erstklassiges Zeugnis ausstellen. Die hohe Beratungskompetenz der Planungsexperten des führenden Out-of-Home-Anbieters tragen maßgeblich zur Effizienzsteigerung von Kampagnen bei und garantieren eine individuell abgestimmte Kampagnenplanung. Langfristige Kundenbeziehungen und ein erfolgreiches Neukundengeschäft belegen die Qualität des Kundenservices bei EPAMEDIA. Mit der Themenführerschaft für kreative Exzellenz in der Außenwerbung positioniert sich das Unternehmen als starker Partner der Creative Industries klar am Markt und versteht sich als aktiver Berater im Kreationprozess und der Mediaplanung. Die laufende Weiterentwicklung von zielgruppenspezifischen Netzen erschließt

neue Kundengeschichten für die Mediengattung Out-of-Home und bereitet den Markt für das reichweitenstarke visuelle Medium auf Technische Innovationen wie Bewegungssensoren, Sound-Boxen oder digitale Interaktionsmöglichkeiten schaffen nicht nur neue Kommunikationsmöglichkeiten für Marken im öffentlichen Raum, sondern werden auch vielfach mit renommierten nationalen und internationalen Kreativpreisen ausgezeichnet.

ERFOLGE

EPAMEDIA hat es sich zur Aufgabe gemacht, das traditionsreichste Werbemedium neu zu erfinden und als unverzichtbaren Bestandteil schlagkräftiger Werbekampagnen in das digitale Zeitalter zu begleiten. Abseits des digitalen Werbedruckers behauptet sich das Plakat heute mehr denn je als Eyecatcher im öffentlichen Raum, der insbesondere das gebildete und kaufkräftige Publikum anspricht.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

EPAMEDIA ist der verlässliche Partner der österreichischen Kultur- und Veranstaltungsszene. Mit maßgeschneiderten

Paketen trägt der führende Out-of-Home-Anbieter dazu bei, dass Kulturangebote ihre Zielgruppe erreichen und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Kulturation Österreich. Auch Non-Profit-Organisationen und soziale Anliegen finden in EPAMEDIA einen schlagkräftigen Mitstreiter, um ihre Kommunikationsanliegen einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.



BRIGITTE ECKER

GESCHÄFTSFÜHRERIN, EPAMEDIA

„Wenn es um Wahrnehmung, Sympathie und Kaufanreiz geht, ist Außenwerbung noch immer das beste Werbemittel, das in keinem Mediamix fehlen darf. Bei EPAMEDIA setzen wir gemeinsam mit unseren erfahrenen Experten alles daran, um mit unseren Kunden den größten Werbeerfolg zu erzielen. Um der Kreativität den Raum zur wirkungsvollen Entfaltung zu geben, sehen wir das Plakatformat als Rahmen und nicht als Grenze.“

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

EPAMEDIA VERFÜGT:

- ÜBER 90 JAHRE ERFAHRUNG.
- ÜBER 19.000 PLAKATFLÄCHEN.
- ÜBER 4.000 CITYLIGHTS.
- ÜBER 1.000 POSTERLIGHTS.
- 280 TELELIGHTS.
- 75 BIGBOARDS.
- ÜBER 1.000 DOMINANZSTANDORTE ÖSTERREICHWEIT.
- 88 PROZENT DER MENSCHEN FÄLLT AUSSENWERBUNG AUF.
- 49 PROZENT SEHEN AUSSENWERBUNG ALS KAUFIMPULS.

