



„EPAMEDIA – MIT AUSSENWERBUNG MEHR ERREICHEN“



MARKT

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 gelegt wurde. 1969 wird die „heimatwerbung“ in Niederösterreich gegründet, und 1982 folgt die „AUSSENWERBUNG“ von Heinrich Schuster, womit sich zwei Player am Markt etablierten, 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 „epal – Europäische Plakat- und Außenwerbung“, die 2006 als „EPAMEDIA – EUROPÄISCHE PLAKAT UND AUSSENMEDIENTEN“

GMBH“ neuformiert 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 Spezialisten in Österreich entwickelt. 2017 setzt EPAMEDIA mit Innovationen abermals Akzente am Markt.

GESCHICHTE

Mit kreativer Exzellenz setzt EPAMEDIA in regelmäßigem Abstand Ausrufezeichen am österreichischen Out-of-Home-Markt. Mit einer eigenen Kreativ-Unit unterstützt und fördert EPAMEDIA kreative Sonderumsetzungen, aufmerksamkeitsstarke Formatsprengungen sowie beeindruckende Inszenierungen und ermöglicht so treffsichere Kampagnen mit einer überdurchschnittlich hohen Zielgruppengenaugkeit. Der Außenwerbe-Spezialist

unterzieht sich einem sukzessiven Entwicklungsprozess – im Vordergrund einzigartiger Kampagnen stehen ein rascher und effizienter Reichweitaufbau sowie die Storytelling-Funktion des Plakats. Als Konstante des disruptiven Medienmarkts positioniert EPAMEDIA das traditionsreiche Medium Plakat als Bindeglied zum Mobile-Commerce und zur mobilen Mediennutzung. Der führende Out-of-Home-Anbieter arbeitet inhouse an neuen, zukunftsorientierten Werbeträgern – als erstes Ergebnis glänzt seit dem Jahr 2016 der LED-Tower. 21 Quadratmeter an Projektionsfläche können auf drei überdimensionalen Screens – zusammengeschaltet oder separat – mit Werbebotschaften und Content von Kunden live und in Echtzeit jederzeit flexibel bespielt werden. Mit seiner unverwechselbaren Präsenz hat sich der LED-Tower von EPAMEDIA binnen kürzester Zeit auf hochfrequentierten Großveranstaltungen wie der FIVB Beachvolleyball-Weltmeisterschaft

auf der Wiener Donauinsel als unverzichtbare Größe etabliert. Weitere zukunftsorientierte Lösungen und Innovationen im Sinne der vom Unternehmen gelebten CO₂-Neutralität stehen unmittelbar vor der Realisierung, mit dem Ziel, den österreichischen Out-of-Home-Bereich zu revolutionieren.

PRODUKT

Wie kein anderer Anbieter bietet EPAMEDIA ihren Kunden und Partnern durch ihr engmaschiges und flächendeckendes Netz von österreichweit über 23.500 Werbeflächen 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 trägt maßgeblich zur Effizienzsteigerung von Kampagnen bei und garantiert eine individuell abgestimmte Kampagnenplanung. Langfristige Kundenbeziehungen und ein erfolgreiches Neukundengeschäft belegen die Qualität des Kundenservice bei EPAMEDIA. 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.

ERRUNGENSCHAFTEN UND 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 Werbeclusters be-



hauptet sich das Plakat heute mehr denn je als Eyecatcher im öffentlichen Raum, der insbesondere das gebildete und kaufkräftige Publikum anspricht.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Mit 1. 1. 2016 ist EPAMEDIA offiziell der erste Außenwerber Österreichs, der auf Klimaneutralität setzt und seinen Kunden CO₂-neutrale Kampagnen bietet. Ein Jahr lang hat die Geschäftsführung rund um Brigitte Ecker und Alexander Labschütz intensiv an der Energieeffizienz von EPAMEDIA gearbeitet, die CO₂-Emissionen nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols berechnen lassen und CO₂-Minderungsmaßnahmen umgesetzt. In einem ersten Schritt hat sich der Außenwerber dazu entschieden, den Strom auf erneuerbare Energien sowie sukzessive auf strombetriebene Fahrzeuge umzustellen. Des Weiteren wird der Energie- und Papierverbrauch in der Verwaltung reduziert und die Zusammenarbeit mit klimaneutralen Dienstleistern bevorzugt, somit sind alle Kampagnen zu 100 % CO₂-neutral.

Um die Umweltaktivitäten systematisch zu steuern und laufend zu verbessern, wird die Initiative von zertifizierten Umwelt- und Energiemanagementsystemen (TÜV, NORD, ISO) sowie durch die Zusammenarbeit mit unabhängigen Experten begleitet und überprüft. Auch Non-Profit-Organisationen und soziale Anliegen finden in EPAMEDIA einen schlagkräftigen Mitstreiter, um ihre Kommunikationsanliegen einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.

„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 größtmöglichen Werbeerfolg zu erzielen. Um der Kreativität den Raum zur wirkungsvollen Entfaltung zu geben, sehen wir das Plakatformat als Rahmen und nicht als Ganzes.“

