

m marketing & media außenwerbung

Mobil Die ÖBB-Verkehrsmittel treten als bewegte Werbemittel auf **30**

Charmeoffensive Die AUA setzt auf einen großen Out-of-Home-Mix **32**

Inflatables Die Felix-Produktnachbildung ist fünf Meter hoch **33**



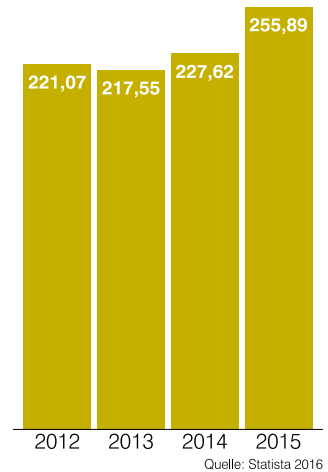
© Felix/no problem



© Folyo

Außenwerbung

Bruttoausgaben in Österreich
in Mio. Euro



Mobile Außenwerbung in Echtzeit messbar

Via App und Mobilfunkdaten kann das Start-up Folyo generierte Kontaktchancen in Echtzeit darstellen. **28**



© Epamedia

Sonderinszenierung In Salzburg erstrahlen drei Wartehäuschen in rot-weiß-rot. **38**



© Ankünder

Fanmarketing Mit Ankünder dem Lieblingsverein großflächig Erfolg wünschen. **36**

Mobil meets digital

Das Außenwerbe-Start-up Folyo bündelt die Vorteile digitaler Werbung mit der Präsenz mobiler Außenwerbung und macht diese erstmals live trackbar.



••• Von Gianna Schöneich

WIEN. Außenwerbung hat eine große physische Präsenz, und es gibt Zehntausende Plakatstellen in Österreich, die an gut frequentierten Stellen positioniert sind, um möglichst viele Sichtkontakte zu generieren. Eine weitere und etablierte Form der Außenwerbung ist die sogenannte mobile Werbung, also das Anbringen von gebrandeten Folien auf Autos oder anderen Fahrzeugen. Doch von wie vielen Personen die darauf affichierten Werbesujets und deren Bot-

Mobile Werbung

Außenwerbung, auch in ihrer mobilen Form, hat eine starke Präsenz. Ein neues Start-up will nun in Echtzeit generierte Kontaktchancen darstellen.

schaften jedoch *wirklich* wahrgenommen werden, ließ sich bisher nur abschätzen.

Innovation aus Wien

Das in Wien ansässige junge Unternehmen Folyo bietet nun erstmals in Europa für Werbetreibende und Agenturen eine Lösung, um die Präsenz und die Wirkung von mobiler Außenwerbung, gepaart mit den Vorteilen der Online-Werbung, in Echtzeit zu analysieren und sogar während einer laufenden Kampagne zu optimieren. Eine neue Art des Brandings auf Fahrzeugen verspricht mehr Kosteneffizienz durch zielgerichteten Einsatz des Werbebudgets und Flexibilität in der Markenpräsenz.

Performance-Controlling

Konnte einerseits herkömmliche Außenwerbung bislang weder getrackt, noch in Real-Time bewertet werden, so konnte andererseits Online-Werbung zwar diese Vorzüge aufweisen, doch sorgten Adblocker oder Botviews für eine reduzierte Sichtbarkeit.

Folyo setzt hier auf einen neuen Ansatz; schon bisher benutzen werbetreibende Unternehmen Autos als mobile Wer-

Manuel Klabacher

ist Gründer und Eigentümer von Folyo, dessen Start-up bereits Teilnehmer des 5starts-Programms beim österreichischen Inkubator-Sektor 5 war, und zieht nun als nächster Schritt in den Start Up Campus von A1.

beflächen, jedoch ohne wirklich genau zu wissen, wie viele Menschen diese auch sehen konnten. „Als erster Anbieter in Europa bieten wir die Möglichkeit, dank integrierter Mobilfunk- bzw. GPS-Bewegungsdaten genau zu wissen, wie viele Kontaktchancen eine Kampagne generieren kann“, so Manuel Klabacher, Gründer und CEO von Folyo, und führt weiter aus: „Unternehmen benutzen die mit ihrer Werbung versehenen Fahrzeuge als track- und messbare Werbefläche und bezahlen dementsprechend nur nach Kontaktchancen.“

”

Unternehmen benutzen die mit ihrer Werbung versehenen Fahrzeuge als track- und messbare mobile Werbefläche und bezahlen dementsprechend nur nach Kontaktchancen.

Manuel Klabacher

“



© Folyo (2)

Wir garantieren somit eine echte Performance-Messung, Pay per View für einen effizienteren Umgang mit dem eingesetzten Budget und Kampagnen-Controlling durch das von uns entwickelte Analyse-Tool.“

Einfaches Handling

Und so funktioniert es: Im Prinzip so einfach wie ein Google-Banner legt und verwaltet man über ein intuitives Dashboard seine Kampagnen an – angefangen von der Menge der Fahrzeuge,

”

Die Idee zu Folyo finde ich ausgezeichnet, denn sie eröffnet neue Möglichkeiten in der Außenwerbung.

Gerhard Riedler
Krone & Mediaprint

“



© Mediaprint/Foto Wilke



dem festgelegten Stadtabschnitt, bis hin zum Budget und der Maximalanzahl an gefahrenen Kilometern. Mit dem inkludierten Analytics-Tool sind Kampagnen umgehend und zeitnah ausgewertet. Zusätzlich bietet Folyo einen enormen Cross-Media-Mehrwert. Egal ob Engagement über Social Media oder über diverse Below-the-Line-Aktivitäten wie Promotions, Gewinnspiele oder auch Guerilla-Aktionen (z.B. alle folierten Fahrzeuge treffen sich an einem Ort, um im Rahmen eines von einem Folyo-Kunden gesponserten Events die Markenpräsenz zu erhöhen), die Möglichkeiten, mit potenziellen Kunden zu interagieren, sind sehr groß.

App-Lösung

Die Werber legen ihre Kampagnen in einem Dashboard, wie etwa bei einer Google-Kampagne, an. Die Fahrzeuglenker erhalten sämtliche Informationen via App und werden nach generierten Kontaktchancen bezahlt.

Punktgenaue Messmethode

Aktuell werden verschiedene Gespräche mit potenziellen Kunden geführt. Auch bei Österreichs größter Tageszeitung ist man vorstellig geworden. „Die Idee zu Folyo finde ich ausgezeichnet, denn sie eröffnet neue Möglichkeiten in der Außenwerbung“, meint Mediaprint- bzw. Krone-Geschäftsführer Gerhard Riedler.

Aber auch bei krone.at findet man die Idee spannend: „Das Abrechnungssystem und die

punktgenauen Messmethoden überzeugen“, so Michael Eder, Geschäftsführer krone.at.

Folyo-Gründer Klabacher will mögliche Kunden aber *mehr* bieten, als „nur“ ihre mobile Werbung in Echtzeit tracken und optimieren zu können. In Verbindung mit etwa Social Media-Kanälen können Kunden ein gebrandetes Auto losschicken und die eigenen Zielgruppe auffordern, in einer Art Schnitzeljagd dieses auf der Straße aufzuspüren, zu fotografieren und etwa auf Facebook hochzuladen um beispielsweise etwas zu gewinnen. Damit könne man, so Klabacher, die Interaktion mit der eigenen Zielgruppe deutlich erhöhen.

A1 Start Up Campus

„Wir bieten unseren Werbekunden dadurch zusätzlich einen massiven Mehrwert, denn dank Folyo können unsere Werbepartner ihre Kunden nicht nur passiv, sondern auch aktiv ansprechen.“

Aber auch abseits potenzieller Kunden zeigen auch andere Branchen Interesse. Folyo war bereits Teilnehmer des 5starts bei Inkubator Sektor 5 und zieht nun als nächster Schritt in den Start Up Campus von A1: „Wir freuen uns sehr, Folyo als neues Mitglied am A1 Start Up Campus begrüßen zu dürfen. Für uns wird es eine sehr spannende Zusammenarbeit, bei der wir durch das Bereitstellen von Smart Data Analysen Folyo und seinen Kunden einen echten Mehrwert liefern können.“ so Mario Mayerthaler, Head of A1 Start Up Campus.

Michael Eder

„Das Abrechnungssystem und die punktgenauen Messmethoden überzeugen.“



© Kronen Zeitung/Klemens Gsch