

WIR WERBEN EFFEKTIV NACH FLUGPLAN

Mit **ADDRESSABLE GATETV** revolutioniert **CITTADINO** die Aussteuerung von Digital Out of Home am Airport. Das Prognosetool zur Fluggastssituation macht die gezielte, streuverlustfreie Ansprache werberelevanter Zielgruppen an Flughäfen möglich.



Unser Airport Channel ist an 10 Flughäfen im Abflug-, Ankunfts- sowie im öffentlichen Bereich präsent und erzielt in normalen Zeiten rund 133 Mio. Kontakte pro Monat.

Die in Warte- und Passagesituationen platzierten Screens bieten hochwertige Werbeumfelder sowie kaufkräftige und mobile Zielgruppen mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 30 - 45 Minuten. Unter den Passagieren finden sich besonders viele Entscheidungsträger.



rund **750**
SCREENS



10
LOCATIONS**



16 €
TKP*

Quelle: Public & Private Screen Studie 2019/2020 des DMI; monatliche WMK; 10 Standorte rund 133 Mio. mtl. WMK
*inkl. einem Selektionskriterium + 4,00 € für jedes weitere Selektionskriterium“ zzgl. technische Kosten für die Nutzung der Daten
** Gate TV zurzeit noch nicht am Airport Köln/Bonn

MIT UNSEREM PRODUKT: ADDRESSABLE GATETV

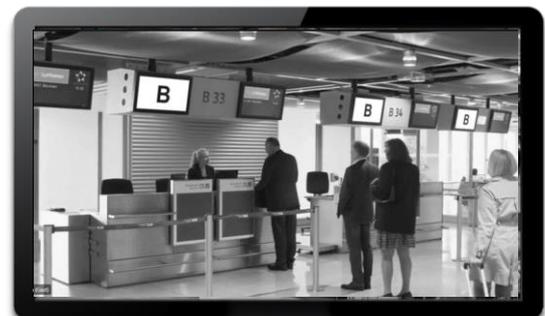


ADDRESSABLE GATETV ist ab sofort über die CITTADINO-Screens an unseren Airport-Standorten verfügbar. Derzeit sind das Düsseldorf, Hamburg, München, Hannover, Nürnberg, Dresden, Münster/Osnabrück, Stuttgart und Dortmund, weitere Airports sind im Aufbau. Dabei handelt es sich um ein Programmatic Digital Out of Home-Angebot, das erstmals eine Werbeansprache von Reisenden in Echtzeit nach Flugplan ermöglicht – und auf diese Weise die richtige Werbebotschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort an das passende Publikum heranträgt.

„Neu am Airport Stuttgart – Videowalls im Ankunftsbereich programmatisch nach Flugplan mit Addressable Gate TV buchbar. Einzelne Playout's eines Spots - passend zur Vorgabe der Flüge/Airlines - bei denen die Werbebotschaft präsentiert werden soll. Abrechnung über TKP nach realisierter Passagierkapazität im Kampagnenzeitraum.

WAS BEDEUTET ADDRESSABLE?

ADDRESSABLE bedeutet, dass die Bildschirme je nach aktuellem Flugplan für die dort wartende Personengruppe mit passenden Werbeinhalten angesteuert werden. Die Grundlage dafür bildet eine Anbindung der Spotsteuerung an Echtzeit-Daten des Flugplans mit gleichzeitiger Zuordnung zu den Wartebereichen und Kofferbändern. Dadurch sind wir imstande, die Buchungen gezielt anhand der Starts und Landungen auszuwählen, die die höchsten Zielgruppenanteile versprechen. Dabei ist ein Targeting nach Zielgruppenmerkmalen wie z.B. Alter, Nationalität, Geschlecht, Einkommen oder Reisegrund möglich, da diese Profile mit den Flugdaten „gematcht“ werden.



GEZIELTE **WIRKUNG** UND **EFFIZIENZ**

EINSATZ & TARGETING

Das Targeting basiert auf den aufbereiteten Flugdaten der Lufthansa Industry Solutions.

Sie ermitteln halbstündlich die Sitzplatzkapazitäten in den Maschinen. Damit kann die Anzahl der Personen berechnet werden, die sich gerade in den den Flügen zugewiesenen Warteräumen/Gates oder Kofferbändern, aufhalten. Die Angaben zu den Audiences vor den Screens im Sicherheitsbereich werden also in Echtzeit berechnet und per Bid Request dem programmatischen Buchungssystem übergeben. Die Zielgruppenmerkmale der Passagiere unterscheiden sich strukturell nach der jeweiligen Fluglinie und dem Flugziel bzw. Abflughafen und können für die Zielgruppenoptimierung von Kampagnen am Airport optimal genutzt werden.

Der Einsatz bietet dem Kunden wesentliche Vorteile:

Neben der Auswahl der Zielgruppe anhand des Flugziels können auch die Inhalte der Spots daran angepasst werden. Ein Beispiel: "Wenn Sie in NY ankommen, Uber nicht vergessen!" Das steigert die Relevanz der vermittelten Inhalte, wodurch auch die Werbewirkung der Spots erhöht wird.

Kampagnen lassen sich passgenau platzieren, beispielsweise kann eine Information in der jeweiligen Landessprache an das Ankunftsgate oder an einem dem Flug zugewiesenen Kofferband ausgespielt werden. Streuverluste werden dadurch deutlich minimiert.

Die Abrechnung der Kampagne erfolgt auf Basis der tatsächlich stattgefundenen Flüge und ist somit zu 100 % transparent.



PROGNOSEN & PROGRAMMATIC

Programmatisch Buchen bedeutet gezielte Kommunikation am richtigen Ort und zur richtigen Zeit. Fluggastinformationen und Flugpläne werden genutzt, um Kontaktvolumina sowie das Personenprofil der wartenden Fluggäste vor den Screens zu prognostizieren und daraufhin Ihre Markenbotschaft optimal und ohne Streuverluste zu platzieren. Die programmatische Ausspielung Ihres Werbemittels an unseren Airports gibt Ihnen 100%ige Flexibilität im Budgeteinsatz und absolute Transparenz durch exakte Reportings. Zudem können Sie mit unserem Datenprodukt **ADDRESSABLE GATE TV** unsere Screens seit 2020 in Echtzeit – nach Ihrer individuellen Zielgruppendefinition – ansteuern.

WARUM WIR ES BESSER MACHEN?

- Gezielte Ansprache von Passagieren nach Flugziel und persönlichem Merkmal.
- Erhöhte Relevanz durch eine auf das Flugziel abgestimmte Werbebotschaft.
- Höhere Werbeeffizienz für gebrieftes Budget – keine Ausspielung ohne Audience.
- Gesteigerte Zielgruppenerreichung durch automatisierte Optimierung auf Zielgruppenvorgaben.
- Transparente Abrechnung nach tatsächlichem Kontaktvolumen (= Zahl der Pax laut Boarding)



ADDRESSABLE **GATETV** AUF EINEN **BLICK**



Übersicht neue Werbeform „Werben nach Flugplan mit Addressable Gate TV“

Vor der Kampagne

PROGNOSE



AirportLive

Während der Kampagne

Gezielte Ausspielung anhand von Echtzeitdaten



Nach der Kampagne

REPORTING



Abrechnung nach Daten

Prognose der Werbemittelkontakte:
Über das Planungstool AirportLive können die Werbemittelkontakte einer ausgewählten Passagierzielgruppe auf Basis der aktuellen Flugpläne für eine Kampagne prognostiziert werden.

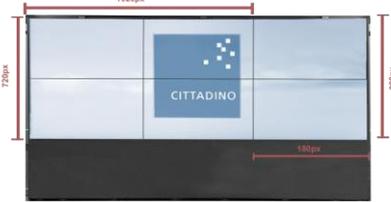
Berücksichtigt werden hierbei Charakteristika wie z.B. das Herkunftsland, Zielland, Airline, Alter oder Einkommen der ausgewählten Zielgruppe.

Echtzeit Flugdaten:
Alle Starts und Landungen werden anhand der ausgewählten Zielgruppenmerkmale gefiltert.
Daraufhin weiß das System, in welchen Wartebereichen des Flughafens die Vorgaben der Kampagne zu welchem Zeitpunkt erfüllt werden. Anhand der Sitzkapazitäten der dort abgewickelten Maschinen können so Passagierzahlen und Werbemittelkontakte präzise ermittelt werden.

Gezielte Ausspielung:
Der Werbekunde von Spot A profitiert, indem sein Spot nur an dem Ort ausgespielt wird, an dem die zuvor selektierte Zielgruppe vor dem Abflug wartet.
Das Gleiche gilt im Ankunftsbereich für Spot B, der auf dem Screen am passenden Kofferband ausgestrahlt wird.

Reporting:
Nach ausgespielter Kampagne wird ein umfassendes Reporting erstellt, auf dessen Basis die kontaktgenaue Abrechnung erfolgen kann.
Unter anderem werden hier die erreichten Kontakte sowie die Anzahl der Ausspielungen zeitgenau protokolliert.

UNSERE TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

	DCLP 65 Zoll 	SCREEN 55 Zoll 	VIDEOWALL 
FORMAT	JPG oder MP4 (H264) ohne Audio (25 oder 30 fps)	JPG oder MP4 (H264) ohne Audio (25 oder 30 fps)	JPG oder MP4 (H264) ohne Audio (25 oder 30 fps)
GRÖÙE	HOCHFORMAT: 9:16 1.080px x 1.920px FULL HD Video/ Image	QUERFORMAT: 16:9 1.920px x 1.080px FULL HD Video/ Image	Videowall 1920 x 720px FULL HD Video/ Image
SPOTLÄNGE	Mindestens 5 Sekunden		
HINWEIS	Für MP4 ist eine Datenrate von ca.8500 Kbit/s empfehlenswert		Stuttgart Dateiformat: MPEG 4, WMV, MOV, AVI, VOB, FLV, JPG, TIFF, HTML
KLEINSTE BUCHUNGSEINHEIT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Airport ▪ Area(Sicherheitsbereich, Öffentlicher Bereich) ▪ Zeitschiene 		
DU / VORLAUF	5 Werktage vor Kampagnenbeginn		



Fotoreporting auf Anfrage



Beratung unter: 0211 90295-33

WIR BERATEN SIE GERN



Sprechen Sie uns gern an und wir planen Ihre programmatische Kampagne mit unserem Tool **ADDRESSABLE GATETV**.

JAROSLAV ZAJICEK
HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT



0211 - 90 295 112
jaroslav.zajicek@cittadino.de

oder: sales@cittadino.de