

i | MEDIENINFORMATION

13. Januar 2022

Düsseldorfer Flughafen richtet Werbeflächenvermarktung neu aus

Der Düsseldorfer Airport hat den Betrieb und die Vermarktung von rund 460 analogen und digitalen Out-of-Home-Werbeflächen zum 01. Januar 2022 neu aufgestellt. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung werden 11.500 Quadratmeter Werbefläche auf dem Flughafengelände im Innen- und Außenbereich ab sofort durch zwei externe Partner betreut. Für die Promotion-Aktionen, die große Digital Skywall auf der Terminalzufahrt sowie das neue Produkt DUSbrandspaces³, das großflächige Markeninszenierungen an den Abflug-Gates ermöglicht, bleibt weiterhin der Bereich Media Management des Airports Ansprechpartner für die Werbetreibenden.

„Für die Neuausrichtung der Werbeflächenvermarktung setzen wir auf langjähriges Know-how sowie ein großes Vertriebsnetzwerk von zwei Branchenexperten, mit denen wir bereits seit Jahren schon erfolgreich in der Außenwerbung zusammen arbeiten. Mit diesem Schritt haben wir zudem neue Möglichkeiten geschaffen, nachhaltig in die Werbeanlagen zu investieren und das Produktportfolio zu modernisieren. Denn unser Ziel ist es, das Out-Of-Home-Angebot weiter auszubauen, um Werbetreibenden ein noch attraktiveres Gesamtpaket am Düsseldorfer Flughafen bieten zu können“, betont Bettina Spönemann, Leiterin Media Management des Düsseldorfer Flughafens.

Den Großteil der externen Werbeflächenvermarktung hat das Unternehmen Ströer übernommen. Der Kölner Media-Experte vermarktet die digitalen großen Boards im Terminal sowie alle analogen Werbeanlagen im Innen- und Außenbereich des Flughafens. Das Kölner Unternehmen wird die betreffenden Werbeanlagen zudem käuflich erwerben und zeichnet sich so für ein breites Anlagenportfolio am Airport verantwortlich. „Als langjähriger Partner des Flughafens

Flughafen Düsseldorf GmbH
Kommunikation
Postfach 30 03 63
D-40403 Düsseldorf
T +49 (0)211 421-50000
F +49 (0)211 421-22244
mediencenter@dus.com
dus.com

Düsseldorf freuen wir uns sehr darüber, dass wir ab 2022 weitere Vermarktungspotenziale an diesem Premium-Touchpoint übernehmen. Der Flughafen Düsseldorf ist der erste Flughafen dieser Größe, der die Vermarktung der Werbemöglichkeiten weitgehend in externe Hände gibt und so auf das Know-how und die Vermarktungsstärke von OOH-Spezialisten wie Ströer setzt. Die digitalen Premiumwerbeträger, das analoge Medienportfolio sowie das hochwertige Umfeld mit relevanten Zielgruppen ergänzen perfekt unser Vermarktungsangebot in hochfrequentierten Mobilitätsbereichen. Damit entstehen neue crossmediale Kommunikationsmöglichkeiten und Kampagnen über verschiedene Touchpoints zu mobilen Zielgruppen“, sagt Alexander Stotz, CEO Ströer Media Deutschland GmbH.

Als zweiter Partner ist der Düsseldorfer Medienanbieter Cittadino an Bord. Das Unternehmen hat die Vermarktung für ein rein digitales Portfolio übernommen. Dies umfasst die Screens in den Wartebereichen an den Gates und den Gepäckbändern sowie jetzt auch in den Shuttlebussen zur Passagierbeförderung. „Mit unserem Digital Airport Channel, dem einzigen national buchbaren DOOH-Flughafennetz Deutschlands, sind wir perfekt aufgestellt, um das qualitativ hochwertige digitale Inventar des Düsseldorfer Airports optimal zu vermarkten“, erklärt Christian Krämer, Geschäftsführer von Cittadino. Dabei erweisen sich die neu hinzugekommenen Werbeträger vor allem durch ihre Platzierung in den Wartebereichen an den Gates, in den Shuttlebussen sowie an den Gepäckbändern als ideale Ergänzung. „Durch unser Programmatic-Tool ‚Addressable Gate TV‘, das ein Echtzeit-Targeting der Passagiere auf Basis aktueller Strukturmerkmale und Flugpläne ermöglicht, verhelfen wir Werbetreibenden zu einer Kommunikation mit erhöhtem Zielgruppenanteil“, so Krämer weiter.