



Miles & More wirbt streuverlustfrei am Airport mit Addressable Gate TV

Über Addressable Gate TV spielt CITTADINO zu 100 Prozent die passenden Inhalte zur richtigen Zeit an die entsprechende Zielgruppe an Flughäfen aus. Davon profitiert jetzt auch Miles & More: Um mit der Werbebotschaft die richtige Zielgruppe des Loyalitätsprogramms zu erreichen, setzte die Lufthansa-Tochter auf die programmatische Aussteuerung von Digital Out of Home (DOOH) am Airport – mit Erfolg.

Düsseldorf, 16. Februar 2022 – Werben nach Flugplan – und zwar mit einer Botschaft, die zur individuellen Zielgruppe passt: Was CITTADINO mit Addressable Gate TV möglich macht, hat jetzt auch Miles & More für sich genutzt und gezielt und ohne Streuverluste die Teilnehmer:innen des Loyalitätsprogramms in der Wartezeit vor dem Abflug an acht deutschen Flughäfen angesprochen.

Die Kernbotschaft der Kampagne: Prämienmeilen, die auf dem nächsten Flug gesammelt werden, lassen sich direkt über die Miles & More Kreditkarte und die MilesPay-Funktion überall dort einlösen, wo Mastercard akzeptiert wird – egal ob online, in der Boutique oder im Restaurant. Ein Vorteil für Miles & More-Teilnehmende, den andere Karten nicht bieten. Damit die Meilen-Sammler:innen ihre Miles & More Kreditkarte in der Miles & More App einmalig registrieren, gab es im Kampagnenzeitraum zusätzliche Prämienmeilen als Anreiz.

Da Addressable Gate TV die Spotsteuerung direkt an die Echtzeit-Daten des Flugplans anbindet und somit Spots passend zu den Fluggästen ausspielen kann, war die Kampagne nur bei den Flügen zu sehen, die auch zum Meilensammeln bei Miles & More berechtigten. Der Spot startete dabei jeweils genau 30 Minuten vor dem Boarding dieser Flüge und wurde im Schnitt zehn Mal gezeigt – effizienter geht es nicht.

Weiterer Vorteil von Addressable Gate TV, gerade in Zeiten schwer planbarer Passagierzahlen: Die Abrechnung erfolgt auf Basis der anwesenden Fluggäste und ist somit zu 100 Prozent transparent. Das heißt, nur die tatsächlich erzielten Kontakte müssen bezahlt werden. Für die Lufthansa-Tochter hat sich die Addressable Gate TV-Kampagne also gleich mehrfach gelohnt – und allein im Zeitraum von Dezember 2021 bis Mitte Januar 2022 mehr als 1,2 Millionen Reisende erreicht.

Jaroslav Zajicek, Business Development Manager Cittadino: „Wir freuen uns, dass wir mit unserem Produkt Addressable Gate TV jetzt auch die Werbeeffizienz für Miles & More steigern konnten. Indem der Adserver automatisiert jeden der Warteräume der 900 Gate-Bildschirme danach beurteilt, ob die Passagiere dort zur Zielgruppenvorgabe der Werbekund:innen passen, wird ein Realtime-Targeting realisiert. Der Algorithmus greift dabei auf Fakten zurück, die aus 163.000 persönlichen Interviews mit Passagieren gewonnen wurden – dem Adserver ist also die Klientel jedes Flugziels und jeder Airline bekannt. So optimieren wir auf Merkmale, die für Premiummarken relevant sind, wie Kaufkraft und Demografie.“

Robert Enne, Managing Consultant Mastercard: „Der große Vorteil von Addressable Gate TV ist nicht nur der einzigartige Zielgruppenfokus und die unschlagbar relevante Platzierung der Botschaft in der Abflugsituation. Auch die Abrechnung des Produktes anhand des tatsächlichen Volumens der Passagiere, an die der Spot ausgespielt wurde, hat uns überzeugt. Dies ist in Zeiten schwankender Passagierzahlen an den Airports ein großer Vorteil für unsere Werbeinvestition am Touchpoint Airport.“

**Kontakt:****CITTADINO GmbH**

Jaroslav Zajicek
Business Development Manager
Tel.: (0)211 90295 112
jaroslav.zajicek@cittadino.de

Anke Schulle-Vetten
Senior Sales Managerin
Tel.: (0)211 90 295 601
anke.schulle-vetten@cittadino.de

Über die CITTADINO GmbH:

CITTADINO ist eines der führenden deutschen Unternehmen im Bereich Digital Out of Home (DOOH) in Deutschland und gehört zur Tank & Rast Gruppe. Es betreibt rund 7000 digitale Werbeträger an Flughäfen, Autobahnen, in Shopping Malls und in den Innenstädten, darunter digitale City Light Poster, Stelen, digitale TravelBoards im Außenbereich sowie digitale und analoge Werbeträger bei SANIFAIR. Der Medienanbieter erzielt deutschlandweit monatlich rund 400 Mio. Werbemittelkontakte in hochattraktiven Zielgruppen, wie zum Beispiel bei Business-Reisenden (Quelle: Public & Private Screens (P&PS) 2019, Digital Media Institute).

Über Airport Channel und Addressable Gate TV:

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

Die in Warte- und Passage-Situationen platzierten Screens bieten hochwertige Werbeumfelder sowie kaufkräftige und mobile Zielgruppen mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 30-45 Minuten. Unter den Passagieren finden sich laut der P&PS 2019 besonders viele Entscheidungsträger.

Addressable Gate TV ist über die CITTADINO-Screens an den Airport-Standorten in Düsseldorf, Hamburg, München, Hannover, Stuttgart, Nürnberg, Dresden, Münster/Osnabrück und Dortmund verfügbar. Weitere Airports befinden sich im Aufbau.

Informationen zu Addressable Gate TV finden Sie unter: <http://addressable.gatetv.de>