

Schmackhafte Inszenierung von SPITZ Inländer Rum am Citylight â€“ BILD

ID: LCG15483 | 09.12.2015 | Kunde: EPAMEDIA | Ressort: Medien
Ã–sterreich | Medieninformation

**Dreidimensionale Flasche des Ã–sterreichischen
TraditionsgetrÃ¤nks mit Hintergrundbeleuchtung sorgt fÃ¼r wohlige
WÃ¤rme im vorweihnachtlichen Stadtbild. Kampagne prÃ¤sentiert
InlÃ¤nder Rum als Geheimnis der Wiener Mehlspeise und stellt
gemeinsam mit dem CafÃ© Landtmann acht Rezepte vor.**

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/EPAMEDIA/spitz>

Wien (LCG) – Was wÃ¤re die beliebte Wiener Mehlspeise ohne den hervorragenden Geschmack von SPITZ InlÃ¤nder Rum? Diese Frage beantwortet die aktuelle Kampagne des beliebten TraditionsgetrÃ¤nks in der aktuellen Citylight-Sonderumsetzung bei EPAMEDIA. Durch die aufmerksamkeitsstarke Platzierung der dreidimensionalen Plakatflasche mit Hintergrundbeleuchtung verstrahlt die Kampagne im vorweihnachtlichen GroÃstadttreiben wohlige WÃ¤rme und profitiert von der hohen Passantenfrequenz in der Adventszeit. Insgesamt 266 Citylights im EPAMEDIA-Einzelhandels-Netz in Wien, Linz und Salzburg enthÃ¼llen das Geheimnis der guten Wiener MehlspeiskÃ¼che. Gemeinsam mit dem renommierten CafÃ© Landtmann von **Berndt Querfeld** stellt SPITZ acht traditionelle Rezepte vor, die geschmacklich mit InlÃ¤nder Rum verfeinert werden und so fÃ¼r besondere Genussmomente sorgen. Diese finden die Konsumenten als On-Pack-Benefit auf den unverwechselbaren Flaschen im traditionellen Design im Lebensmitteleinzelhandel. Parallel dazu wird die von MMS Werbeagentur konzipierte Kampagne von POS-WerbemaÃnahmen, PR, Print und Social Media auf Facebook begleitet.

„Die Sonderinszenierung unserer Flasche am Citylight ist im Setting der crossmedialen Kampagne besonders attraktiv und zeigt die vielen Einsatzmöglichkeiten von SPITZ Inländer Rum“, betont Marketingleiterin **Jutta Mittermair** . „Die klare Produktbotschaft und das Kampagnenmotto ergänzen sich perfekt mit der hohen Beliebtheit von SPITZ Inländer Rum.“

„Die Hintergrundbeleuchtung der ganzen Flasche war eine technische Herausforderung, die unser Kreativteam gemeinsam mit SPITZ und MMS Werbeagentur ausgearbeitet hat. Sie zeigt die attraktiven Einsatzmöglichkeiten von Citylights, um urbane Zielgruppen aufmerksamkeitsstark anzusprechen und klar aus dem Werbeclutter hervorstechen“, so EPAMEDIA-Geschäftsführerin **Brigitte Ecker** .

Durch die on-pack beigelegten Kochrezepte vom Café Landtmann bewirbt die Kampagne von SPITZ den Mehrwert und schafft einen starken Kaufanreiz. Somit stellt sie eine optimale Verbindung zwischen kreativem Out-of-Home-Einsatz und POS-Aktionen dar, die den Konsumenten Produktnutzen sympathisch vor Augen führt.

Über EPAMEDIA

Mit rund 23.000 Plakatstellen, über 4.000 Citylights und Scrollern, Big Boards, Telelights, Sonderwerbeflächen und mobilen Plakatflächen ist EPAMEDIA der führende Out-of-Home-Anbieter in Österreich. Das dichte Qualitätsnetz in allen neun Bundesländern ist die Basis für erfolgreiche Kampagnen und kreative Sonderumsetzungen, die für hohe Awareness sorgen. Maßgeschneiderte produkt- und zielgruppenspezifische Netze steigern den Werbeerfolg und erhöhen die Sichtbarkeit von Kommunikationsbotschaften. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Brigitte Ecker** und **Alexander Labschütz** zusammen. Weitere Informationen auf <http://www.EPAMEDIA.at> .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)