

Comeback für Burt und Burta, das auffällige Rucksackpaarchen â€“ BILD

ID: LCG16092 | 22.03.2016 | Kunde: EPAMEDIA | Ressort: Wirtschaft
Österreich | Medieninformation

Burt und Burta werben wieder für das Raiffeisen-Jugendkonto. Als aufmerksamkeitsstarke Sonderinszenierung auf EPAMEDIA-Flächen in der österreichweiten Kampagne präsentieren sie sich als treuer Begleiter für Kontoinhaber.

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

Wien (LCG) – Nach vier Jahren Plakat-Pause feiert Burt, der Rucksack-Mann im Dienst des Raiffeisen-Jugendkontos, ein glorreiches Comeback: Er präsentiert sich als treuer Begleiter für Kontoinhaber und kommt diesmal selbst in Begleitung von Burta, der Rucksack-Frau. Als aufmerksamkeitsstarke Formatsprengung präsentiert sich das charmante Paar im März 2016 als optisches Highlight der insgesamt 3.220 Werbeflächen von EPAMEDIA umfassenden Out-of-Home-Kampagne, bei der klassische Plakate und beleuchtete Posterlights in urbanen Ballungszentren zum Einsatz kommen. Wer bei Raiffeisen ein Jugendkonto eröffnet und das attraktive Club-Paket aktiviert, kann sich über einen kostenlosen Burton-Rucksack freuen, der ihn künftig als treuer Begleiter bei allen Abenteuern und Unternehmungen begleitet. Als Teil einer breit angelegten Cross-Media-Kampagne, für deren Planung die gerade als „Mediaagentur des Jahres“ ausgezeichnete Mindshare im Auftrag der Zentrale Raiffeisenwerbung verantwortlich zeichnet, sind Burt und Burta ein ansprechendes Keyvisual im öffentlichen Raum und knüpfen an die Erfolge der ersten Solo-Auftritte von Burt an. Die Kreation stammt von Ogilvy & Mather, die das hippe Rucksack-Paar gekonnt in Szene setzt.

Leodegar Pruschak , Geschäftsführer der Zentralen Raiffeisenwerbung, zum prägnanten Out-of-Home-Auftritt der tragenden Protagonisten: „Solch außergewöhnliche Werbefiguren verdienen eine besondere Inszenierung. Daher werden Burt und Burta in jedem Bundesland die Jugendlichen auf ihren täglichen Wegen auffällig begleiten. Wir schaffen es damit, die junge Zielgruppe nicht nur in TV und Online, sondern auch mit klassischer Plakatwerbung für Raiffeisen zu begeistern.“

Mit der Raiffeisen-Kampagne bringt EPAMEDIA erneut eine aufsehenerregende Sonderinszenierung in den öffentlichen Raum.

„Insbesondere die junge und digitalaffine Zielgruppe wird durch aufmerksamkeitsstarke Formatsprengungen optimal angesprochen. Vom Plakat ist der Weg zur Interaktion am Smartphone besonders kurz“, erklärt Geschäftsführerin **Brigitte Ecker** .

Über EPAMEDIA

Mit rund 21.500 Plakatflächen, über 4.000 Citylight- und 1.000 Scrollerflächen sowie 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](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](http://www.leisure.at). (Schluss)