

EPAMEDIA präsentiert Revolution der digitalen Außenwerbung in Wien â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG162018 | 02.06.2016 | Kunde: EPAMEDIA | Ressort: Kultur
Österreich | Medieninformation

Im Rahmen von „Kunst im Dialog“ zeigt der führende Out-of-Home Anbieter den acht Meter hohen EPAMedia-Tower vor dem Wiener Museumsquartier. Künstler VOKA zeigte am Mittwochnachmittag beeindruckende Kunstwerke auf den 21 Quadratmeter großen Screens.

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

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=XLwnerKkCQc>

Wien (LCG) – Als weithin sichtbarer Leuchtturm für das Kunstprojekt „Kunst im Dialog“ präsentiert der acht Meter hohe EPAMedia-Tower am Mittwoch und Donnerstag Kunstwerke am Platz der Menschenrechte vor dem Wiener Museumsquartier. Unter anderem präsentierte Spontanrealist **VOKA** seine Kunstwerke auf dem beeindruckenden LED-Tower und tauschte sich mit Interessierten im persönlichen Gespräch aus.

„Der großflächige EPAMedia-Tower bietet beeindruckende Möglichkeiten der künstlerischen Inszenierung. Das digitale Medium erlaubt es, direkt auf die Interaktion mit den Menschen vor Ort zu gehen und den Dialog weithin für alle sichtbar zu machen“, freut sich EPAMEDIA-Geschäftsführerin **Brigitte Ecker** über den Erfolg der außergewöhnlichen Kunstaktion.

Premiere für den EPAMedia-Tower beim Erzbergrodeo am vergangenen Wochenende

Großer Auftritt für die Revolution der digitalen Außenwerbung am vergangenen Wochenende beim Erzbergrodeo: Erstmals wurde der neue EPAMedia-Tower im Rahmen einer Großveranstaltung als unübersehbarer Blickfang eingesetzt. Im Mittelpunkt der Supercross-Arena im Zieleinlauf beeindruckte der acht Meter hohe Tower mit seinen drei, jeweils sieben Quadratmeter großen Screens, auf denen nicht nur Werbeeinschaltungen von A1 Telekom Austria und Mazda zu sehen waren, sondern auch Highlightbilder der einzigartigen Rennsportveranstaltung. Die High-Speed-Internetanbindung des neuen Produktes von EPAMEDIA ermöglichte eine direkte Einbindung in die Videoregie, wodurch der rund sechs Tonnen schwere LED-Tower die Blicke der über 40.000 Besucher beim 22. Erzbergrodeo auf sich zog. Insgesamt verzeichnete das Erzbergrodeo mit über 1.500 Teilnehmern aus 38 Nationen das größte und bunteste Starterfeld des Motorrad-Offroadsports.

Ähnlich hart wie die Rennbedingungen am Erzberg waren auch die Wetterbedingungen, denen der EPAMedia-Tower bei seinem ersten großen Auftritt trotzte: Bei extremer Hitze, Sonne, Sturm, Regen und Hagel zeigte der LED-Tower mit seinen drei separat ansteuerbaren Screens Härte und sorgte für eine innovative Darstellung von Informationen und Werbung im Zentrum des Renngeschehens.

„Der EPAMedia-Tower hat seine erste Großveranstaltung mit Bravour gemeistert und bewiesen, dass er neue Standards in der digitalen Außenwerbung setzt. Auch abseits urbaner Ballungsräume transportiert er Werbebotschaften und aktuelle Informationen aufmerksamkeitsstark und bietet neue Maßstäbe für digitale Außenwerbekampagnen“, blickt EPAMEDIA-Geschäftsführerin **Brigitte Ecker** auf das Rennwochenende am Erzberg zurück.

EPAMEDIA goes digital

Nach einjähriger intensiver Entwicklungsarbeit mit einem High-End-Technologiepartner zeigt EPAMEDIA digitale Außenwerbung auf höchstem Niveau auch abseits urbaner Ballungsräume. Der EPAMedia-Tower bringt Kampagnen direkt in das Zentrum des Geschehens und ist mit seiner Leuchtkraft auch bei Tageslicht weithin sichtbar. Der acht Meter hohe Turm, der in über einjähriger Entwicklungsarbeit konzipiert wurde, beeindruckt mit drei überdimensionalen Screens im Format von rund 1,5 x 4,5 Metern, die insgesamt eine Projektionsfläche von etwa 21 Quadratmetern bieten. Sie können sowohl zusammenhängend als auch einzeln bespielt werden, wobei den digitalen Präsentationsmöglichkeiten so gut wie keine Grenzen gesetzt sind.

„Die hohe Kundennachfrage hat uns gezeigt, dass visuelle Kampagnen überdurchschnittlich wirksam sind, wenn sie flexibel und in ansprechendem Kontext eingesetzt werden. Der EPAMedia-Tower ist das Resultat unseres unkonventionellen Zugangs zu digitaler Außenwerbung. Botschaften werden nach den neuesten Maßstäben der digitalen Entwicklung inszeniert“, erklärt EPAMEDIA-Geschäftsführerin **Brigitte Ecker** anlässlich der Produktvorstellung.

Premiere vor 200.000 Sehern bei den Event-Highlights des Frühjahrs

Erste Auftritte für den 6,2 Tonnen schweren digitalen Eyecatcher gibt es beim Erzbergrodeo von 26. bis 29. Mai 2016 mit 45.000 Besuchern und beim Festival „Rock in Vienna“ von 3. bis 5. Juni 2016 in der Bundeshauptstadt mit über 150.000 Besuchern. Bei den Veranstaltungen ist der innovative EPAMedia-Tower der visuelle Angelpunkt, auf dem sowohl aktuelle Informationen wie Rennzeiten oder Programmhöhepunkte als auch aufsehenerregende Kampagnen gezeigt werden.

Konzept schlägt international ein

Die einjährige Entwicklungsarbeit bei EPAMEDIA macht sich bereits vor dem offiziellen Verkaufsstart in Österreich bezahlt. Neben den beiden nationalen Großveranstaltungen, kann sich der führende Out-of-Home-Anbieter auch bereits über Anfragen aus dem Ausland, unter anderem aus Deutschland, Istanbul und den arabischen Emiraten, freuen, wo er ebenfalls im Rahmen spektakulärer Großveranstaltungen zum Einsatz kommen wird. Weitere Events in Österreich während der Sommermonate sind bereits in Vorbereitung, wobei der Fokus auf Konzerten, Festivals oder großen Veranstaltungen liegt.

Vielseitig einsetzbar: Digitales Storytelling und Interaktion durch Bewegungssteuerung

Der brandneue EPAMedia-Tower ist ein beeindruckender Blickfang und kann nahezu an allen öffentlichen Orten eingesetzt werden. Die drei leuchtstarken (5.200 nits) und tageslichttauglichen LED-Screens mit einem Pixelabstand von nur acht Millimetern sind durch die ausgefeilte Computertechnik flexibel ansteuerbar. Damit kann der Content bei Zusammenschaltung aller drei Bildschirme um den EPAMedia-Tower rotieren und für unverwechselbare Storytelling-Momente sorgen. Selbstverständlich können die LED-Flächen auch separat voneinander geschaltet werden, wodurch individuelle Content-Konzepte flexibel dargestellt werden. Sowohl Standbilder als auch Animationen und Videos können auf den 21 Quadratmeter großen Bildflächen für leuchtende Effekte sorgen und die Werbebotschaft optimal transportieren.

Interaktion wird beim neuen EPAMedia-Tower groß geschrieben: Mittels Kinect 2.0-Modul können die Konsumenten die Animation durch Gesten und Bewegungen steuern und so direkt mit dem Produkt oder der Marke interagieren. Wer es etwas ruhiger bevorzugt findet mit der formschönen Sitzbank aus Ebenholz einen Ort zum Verweilen und Entspannen am Fuße des eleganten LED-Towers.

Die integrierte High Speed-Webanbindung eignet sich ideal für die laufende Aktualisierung der Inhalte oder auch Live-Streams. Zudem schafft sie die Basis für effizientes Real Time Advertising.

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)

