



## Ihre Out of Home News!

Wir genießen noch in vollen Zügen den restlichen Herbst und freuen uns, dass wir auch im Oktober wieder viele tolle und spannende Kampagnen umsetzen durften! Außerdem haben wir auch dieses Monat wieder eine tolle Aktion im Angebot, um euch bei der Mitarbeitersuche zu unterstützen. Red Bull Fußball setzt mit einem Sonderformat am Großflächenplakat Karim Adeyemi dynamisch in Szene. Wir wünschen Red Bull weiterhin viel Erfolg! Alles weitere findet ihr in unserem aktuellen Newsletter.

Viel Freude beim Lesen und bleibt weiterhin gesund und wir wünschen euch schöne Zeiten, besonders Out of Home!

## HR-Aktion



## BEWERBEN SIE SICH! DAMIT IHRE MITARBEITER\*INNEN SIE GUT FINDEN.

**€ 2.030,-  
SPAREN!**

Suchen Sie jetzt Ihre Mitarbeiter\*innen Out of Home – Mit 50 Plakaten und einer Buswerbefläche um nur 3.390,- statt 5.420,-

Ihre Stellenausschreibung kann sich sehen lassen – und zwar in Stadt und Land! Lassen Sie die Personalsuche jetzt Out of Home erledigen und profitieren Sie von flächendeckender, schneller und effektiver Mitarbeiter\*innensuche. Damit die vielversprechendsten Talente auf Ihr Unternehmen aufmerksam werden.

Mit dem neuen HR-Package sparen Sie jetzt nicht nur Zeit und Aufwand, sondern auch Geld. Um einen Gesamtnettopreis von 3.390,- erhalten Sie folgende Leistungen:

- 50 x 8-Bogenplakat für 2 Wochen
- 1 x Jumbo Heck für 1 Monat

PROGRESS Außenwerbung Ges.m.b.H  
+43 662 43 92 24 0  
office@progress-werbung.at  
www.progress-werbung.at

**PROGRESS**  
out of home media



Bus des Monats Oktober, November und Dezember



**Bus des Monats Oktober: Rohrmax**

Immer, wenn ein Kanal verstopft ist oder ein sonstiges Gebrechen vorliegt. Rohrmax ist minutenschnell da und löst – beinahe – alles. Nunmehr sieht man Rohrmax noch öfter und einprägsamer: Als Total Look-Bus in der ganzen Stadt. Nicht zu übersehen. Und mit einer klaren Botschaft: 24h Notdienst. Reinigung, Kanalisierung, KanalTV.

**Bus des Monats November: Conrad**

Ob PC, Software, Smartphone oder Lautsprecher. Man geht am besten gleich zum Schmied statt zum Schmiedl, sprich zum Conrad.

Ein O-Bus im Super Total Look – blauer Hintergrund, und in weiß dutzende Male: „Conrad – Ihr Partner für Technik und Elektronik.“ Klare Sache für die Jury: Bus des Monats November 2021.

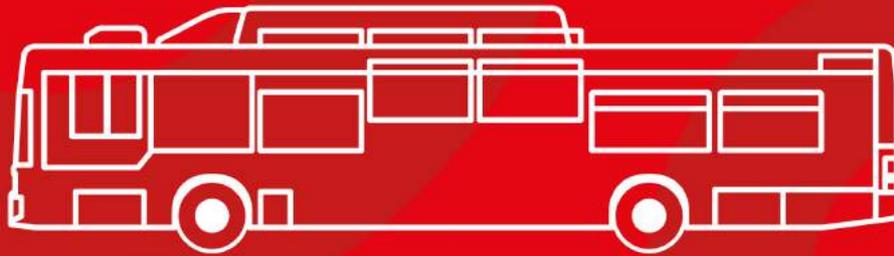
**Bus des Monats Dezember: Schmittenhöhe**

Die Schmittenhöhe ist das ganze Jahr über ein Paradies für Sportler, Genießer und für Familien. Mit der Eröffnung des neu umgebauten Panorama Restaurants hat die Schmittenhöhe auch ein kulinarisches Highlight mehr. Genau das hat die Schmittenhöhebahn AG auch auf dem Busheck perfekt in Szene gesetzt – wie auch die traumhafte winterliche Berglandschaft.

[➤ Weiterlesen ...](#)

**Voting zum Bus des Jahres 2021**

# BUS DES JAHRES 2021



Jetzt voten  
& 1 Jahr Gratis  
Bus fahren  
gewinnen!



**progress**  
out of home media

» Hier abstimmen und gewinnen!

ITG – Innovationsservice für Salzburg mit OOH-  
Informationskampagnen zur Lehre



Lehrlinge werden fast immer und überall benötigt. Wer weiß, welche unterschiedlichen Lehrberufe es gibt, kann seine spezifischen Fähigkeiten besser einbringen.  
„Bei welcher Lehre zählt mein Durchblick?“ ist der Slogan einer Info-Kampagne des ITG – Innovationservice für Salzburg, das entscheidende Impulse für den Wirtschaftsstandort Salzburg setzt, Innovationen fördert und informiert.

[» Weiterlesen ...](#)

## Grell und gelb am Busheck



Zgonc ist eine Werbelegende in Österreich. Nicht nur im Radio, nunmehr auch auf Transport Media schrill. Aufmerksamkeitsstark. Auffällig.

Wir haben uns bewusst für Buswerbung entschieden. Damit erreichen wir auf einen Schlag die gesamte mobile Bevölkerung. Gerade zur 2. Jahresfeier.“, so Zgonc Salzburg Filialleiter Christian Buchecker.

» Weiterlesen ...

**Sternbräu's Digitale - Kampagne ist Werbung des Monats Oktober in den Salzburger Altstadtgaragen**



5 lockere, heitere ironische Sujets. Und alle sind sich einig: Gern im Stern. Das Sternbräu ist ein Gesamtkunstwerk. Mit neuem eigenem Bier, einem Ambiente zwischen cool und konservativ, mit motivierten Mitarbeitern und zufriedenen Gästen.

„Wir wollten unsere Trade Mark herausstellen: das Wohlfühlen, das Genießen und das Individuelle. Für uns war nicht nur die Testimonialstrategie naheliegend, sondern auch das Medium. Mit den Digi Screens in den Altstadtgaragen holen wir unsere Gäste ab, wenn sie in Salzburg eintreffen. Und rufen uns in Erinnerung, wenn sie die Stadt verlassen.“ so der legendäre Wirt und Eigentümer Harald Kratzer.

[» Weiterlesen ...](#)

**Werbung frei von Störfaktoren zu halten**

## Werbung frei von Störfaktoren zu halten

Thematisiert werden in der Kampagne "Sexismus", "Diskriminierung", "Magermodels" sowie übergreifende Themen wie "Werte und Nutzen von Werbung". Auch die Marke "Werberat" wurde von den Strategen der Agentur mit mehr Bedeutung profiliert und aufgeladen. "Mit 'Ein guter Werbe-Rat', wird die Relevanz für die gesamte Werbe- und Medienwirtschaft aber auch die Service- und Beratungstätigkeit des Werberats untermauert und zusätzlich positiv konnotiert", so Straberger.

Die Kampagne diene als Aufruf, gemeinsam dafür zu sorgen Österreichs Werbung frei von Störfaktoren zu halten und den Werberat als Plattform zur Selbstregulierung zu nutzen. Straberger: "Natürlich wollen wir die Bekanntheit des ÖWR steigern, der im Zusammenspiel aller Interessen und Meinungsdimensionen eine ethisch-moralische Vorgabe einfordert und kontrolliert, aber viel mehr noch gilt es das Bewusstsein für und das erfolgreiche Funktionieren der Selbstregulierung zu stärken".

ein guter werberat

MARKEN OHNE WERTE HABEN KEINEN WERT

ein guter werberat

SEXISTISCHE WERBUNG MACHT NIEMANDEN GEIL AUF EINE MARKE.

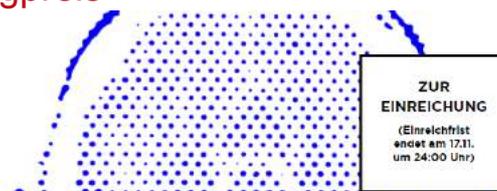
Sorgen wir gemeinsam dafür, dass Österreichs Werbung verantwortungsvoller als Meinungsbildner agiert. Mehr zur aktuellen Verarbeitung von Werbung sowie zur Informationsfreiheit und Selbstregulierung der Werbemittelhersteller auf der unabhängigen Plattform zur Selbstregulierung der Werbemittelhersteller [werberat.at](http://werberat.at)

Sorgen wir gemeinsam dafür, dass Österreichs Werbung frei von Sexismus bleibt. Mehr zur aktuellen Verarbeitung von Werbung sowie zur Informationsfreiheit und Selbstregulierung der Werbemittelhersteller auf der unabhängigen Plattform zur Selbstregulierung der Werbemittelhersteller [werberat.at](http://werberat.at)

»

## Salzburger Landesmarketingpreis

**27. JANUAR 2022**  
**NOMINEE EVENT**  
**LOCATION: TBD**



» Alle weiteren Infos findest du hier...

## Österreichische Gesundheitskasse startet Brustkrebsvorsorge am Busheck



Die Botschaft ist klar und deutlich: „Früher einsteigen. Brustkrebs erkennen. Risiko senken.“ Die Kampagne läuft unter dem Motto „Früh erkennen“ und richtet sich an alle Frauen, insbesondere jene über 45 und 50. „Wir appellieren an das Vorsorgebewusstsein aller Frauen. Und machen sie aufmerksam – Früherkennung geht ganz einfach und leicht. Die Untersuchungen sind zudem kostenlos.“, so Andreas Huss, Vorsitzender der Gesundheitskasse. „Das Top Medium dafür ist Out of Home. Die Botschaft wird von allen gesehen. Sie wirkt durch ihre Knappheit als Signal. Und kann mobilisieren.“

[» Weiterlesen ...](#)

# Digital-Out-of-Home

Progress Werbung: Einziger DOOH Anbieter für ganz Westösterreich: Bregenz, Innsbruck und Salzburg.



Digitales City Light + Station Infoscreen



Altstadt DOOH



Digitale A1-Telefonzelle mit Defi in Innsbruck



Digitales Megaboard an der A1



Digitales City Light in Bregenz

Kooperation mit vielen Partnern", freut sich Fred Kendlbacher, Geschäftsführer der Progress Werbung.

„Im rasch wachsenden DOOH-Segment sind wir der einzige Anbieter für ganz Westösterreich und werden das Netz kontinuierlich ausweiten. Denn im Digitalen liegt die Zukunft des Out of Home, hier sind die stärksten Wachstumsraten zu verzeichnen. Die Kundenakzeptanz war von Anfang an sehr hoch. Die meisten waren sofort überzeugt – auch vom Preis-Leistungs-Verhältnis“, so Dominik Sobota, Mitglied der Geschäftsleitung der Progress Werbung. Digitale Out of Home Kampagnen sind nun in allen westösterreichischen Landeshauptstädten buchbar. Parallel dazu wird auch das „konventionelle“ City-Light-Netz konsequent verdichtet, ebenso die Standorte für das Rolling Board. „Auf der höchstfrequentierten Stelle der Westautobahn A1 stellen wir in beide Richtungen der werbewilligen Wirtschaft das einzige Digitale Megaboard mit brillanter Qualität zur Verfügung. Durch die Breite des Portfolios lassen sich unterschiedliche, individuelle, intermediale Mixe gestalten. Schließlich ist Out of Home das letzte echte Massenmedium. Und wird es auch bleiben.“

In der Digitalisierung sieht Fred Kendlbacher neue Dimensionen und Kooperationen: „Online-Advertising und DOOH ergänzen einander ideal und befruchten einander. Außerdem hat sich das ‚Loch‘, das die Pandemie hinterlassen hat, in eine Phase der Übermobilität umgewandelt, das bestätigen auch Studien. Die Kunden investieren wieder stärker denn je in Out of Home. Der Traffic steigt.“

Progress Werbung



OOH! Außenwerbung trifft auf Deutschland, Österreich, Schweiz

# Strategie & Planung

Perspektivwechsel: Nachhaltigkeit im Werbemarkt

Ausgabe 3

2021

# OOH!

AUSSENWERBUNG TRIFFT DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ

Gute Fachlektüre aus der OOH-D.A.C.H. Region!

» Hier klicken und reinschmökern!

Herzliche Grüße



Fred Kendlbacher & Dominik Sobota

Geschäftsführer

Prokurist

sowie das gesamte Team der Progress Werbung



Progress Außenwerbung Ges.m.b.H  
Rottfeld 3  
5020 Salzburg  
Telefon: +43 662 43 92 24-0  
Telefax: +43 662 43 92 24-43  
Büro Tirol:  
Duilestraße 6A  
6020 Innsbruck  
Telefon: +43 512 90 98 80  
E-Mail: [office@progress-werbung.at](mailto:office@progress-werbung.at)

[Meine Einstellungen ändern](#)

[An Freunde empfehlen](#)

[Vom Newsletter abmelden](#)

Sie erhalten diese Nachricht, weil Sie sich für unseren Newsletter registriert haben oder wir in geschäftlichem Kontakt stehen. [Informationspflicht lt. ECG und Mediengesetz – WKO.at](#) • Realisiert mit **bm\_mail** [www.bluemkemotzko.at](http://www.bluemkemotzko.at)