



PRESSEMITTEILUNG

HIT RADIO FFH: Frühjahrskampagne mit Tankstellenwerbung

Tankstellen sind für HIT RADIO FFH in den kommenden vier Wochen wichtige Kontaktpunkte zu den Hörern. Als erster Kunde nutzt der hessische Privatsender ein neues Angebot von Alvern Media und kombiniert Werbung an Zapfpistolen mit Spots auf digitalen Screens. Die Kampagne bindet weit über 600 Tankstellen mit ein.

Hamburg, 3. März 2014. Der landesweite hessische Privatsender HIT RADIO FFH setzt in seiner großen Frühjahrskampagne voll auf Tankstellenwerbung. Seit 27. Februar bindet der Radiosender weit über 600 Tankstellen in Hessen und Mainz in seine Kampagne ein. Damit spielt Tankstellenwerbung innerhalb der Kommunikationsstrategie von HIT RADIO FFH eine elementare Rolle – sie werden für vier Wochen zu wichtigen Touch Points für die Hörer. Realisiert und umgesetzt wird der Werbeauftritt von Alvern Media, dem führenden deutschen Anbieter innovativer Werbeformate an Tankstellen.

Bis Ende März belegt HIT RADIO FFH an 543 Tankstellen die Zapfpistolen mit Motiven, deren Claim „Lust auf Musik“ lautet. Neben den FillBoards™ nutzt der Sender für seine Werbebotschaft zudem die digitalen Screens an 116 Aral-Tankstellen. In Summe erreicht die regionale Privatradiostation damit rund 14 Millionen Kontakte. „Unsere breit aufgestellte Kampagne macht HIT RADIO FFH sehr sichtbar“, sagt Frank Schierholz, Marketingleiter bei HIT RADIO FFH. „Tankstellenwerbung erreicht unsere Hörer, aber auch Nichthörer direkt vor der Weiterfahrt und schafft somit einen unmittelbaren Einschaltimpuls für unser Programm. Dieser wichtige Effekt sowie die bewusste Wahrnehmung unserer Werbebotschaft durch kurze Wartezeiten an der Säule und an der Kasse waren ausschlaggebend für unsere Media-Entscheidung.“



Mit der groß angelegten Werbekampagne an Tankstellen ist HIT RADIO FFH gleichzeitig der erste Kunde, der ein neues Angebot von Alvern Media nutzt. Denn seit Anfang Februar gehören auch die digitalen Screens der Firma Amscreen zum Portfolio des Spezialisten für Tankstellenwerbung. Amscreen zählt in Europa zu den größten Anbietern im Bereich digitaler Out-of-Home-Medien und ist in Deutschland mit seinen Screens an über 1.200 Tankstellen präsent. „Die digitalen Screens von Amscreen fügen sich ideal in unser Portfolio. Sie lassen sich perfekt mit anderen Medien aus unserem Angebot kombinieren“, sagt Thorsten Huneke, Vertriebsdirektor D-A-CH bei Alvern Media. „HIT RADIO FFH nutzt als Erster geschickt die spezifischen Stärken der jeweiligen Werbeträger. Die Kampagne wird zeigen, dass sich damit erhebliche Effekte erzielen lassen.“

Bildmaterial erhalten Sie im Anhang und unter

<http://www.alvern.de/pressemediencenter/pressemitteilungen.html>

Das Bildmaterial ist kostenfrei zur redaktionellen Verwendung. Bitte nehmen Sie den Bildnachweis „Alvern Media“ auf.

Pressekontakt

Rossner Relations
Stefanie Rossner
Lindenstraße 14
50674 Köln
Tel.: 0221/92 42 81 44
Fax: 0221/92 42 81 42
Mail: rossner@rossner-relations.de
www.rossner-relations.de



Über Alvern Media GmbH

Alvern ist seit 1997 als Anbieter von innovativen Werbeformaten an Tankstellen präsent. Die Hamburger Alvern Media GmbH hat das FillBoard™, Werbung an Zapfsäulen, als Outdoor-Medium europaweit in 46 Ländern etabliert und darüber hinaus DoorMedia™ (Türbeklebung) in Deutschland eingeführt. Im deutschen und österreichischen Markt hat Alvern über 240.000 Werbeflächen im Portfolio; europaweit bietet das Unternehmen rund 600.000 Werbeflächen. In Deutschland sind mehr als 9.500 Tankstellen mit FillBoard™ ausgerüstet. Dies entspricht 76 Prozent des gesamten Tankvolumens. Darüber hinaus können bundesweit über 2.000 Stationen unterschiedlicher Mineralölgesellschaften mit DoorMedia™ belegt werden. Riesenposter auf Tankstellendächern gehören ebenso zum Portfolio wie In- und Outdoor-Floorgraphics. Neu in der Vermarktung von Alvern sind seit 2014 digitale Flächen von Amscreen an über 1.200 Tankstellen, die flexibel mit allen anderen Werbeträgern kombiniert und gebucht werden können. Alvern ist Mitglied im Fachverband Ambient Media (FAM). Die Verbandsmitglieder müssen sich jedes Jahr einem Leistungscheck durch einen unabhängigen Auditor stellen. Seit 2004 wurde Alvern Media, der Ambient Media Spezialist, ununterbrochen mit dem deutschen FAM-Qualitätssiegel ausgezeichnet. Mehr zu Alvern Media unter www.alvern.de.