

Pressmeddelande 2013-04-30

Nya digitala format på Sveriges mest besökta platser

Digitala stortavlor på Centralstationerna i Stockholm, Göteborg och Malmö är en del i Jernhusen Media och Visual Arts ökade satsning på digitala reklamytor. Med sina iögonfallande storlekar öppnas nya möjligheter för digitala kampanjer på stationerna. De nya digitala premiumytorna lanseras i maj och Tre och McDonald's är med från start.

Stortavlorna är mellan 92 tum och 110 tum och med sofistikerad kamerateknik möjliggörs också interaktiva kampanjer. De digitala stortavlorna är strategiskt placerade i närheten av informationstavlorna, väl synliga i det stora flödet av cirka 367 000 personer som dagligen besöker de tre stationerna.

- Vi vill hjälpa våra kunder att fånga sin publik för att skapa upplevelser av varumärket. Ytorna blir också ett mycket effektivt komplement till våra event- och samplingsytor, säger Regina Pettersson, säljchef Jernhusen Media.

Många företag har visat intresse för de nya ytorna där Tre och McDonald's är med och annonserar från start.

- När vi som en av de första i Sverige valde att satsa på digitalt utomhus så kände vi att detta var ett första steg in i framtiden. Med större format fast fortfarande inom samma annonseringsmiljö tar vi nu nästa steg, säger Johan Markus, medieansvarig på Tre.

Premiumytorna, där företag kan sända sina budskap, är fördelaktiga i kombination med event eller andra exponeringskampanjer på Centralstationerna.

- Digital OOH har blivit en kontinuerlig del i vår mediemix då det ger oss möjligt att skapa än mer aptitretande produktbilder samt att finnas på plats med tidsstyrda och aktuella erbjudanden, säger Staffan Ekstam, marknadschef Svenska McDonald's AB

2012 ökade Jernhusen Media tillsammans med Visual Art försäljningen av digital reklam med 120 % jämfört med året innan. Den nya produkten, Digitala Premiumytor, kommer att förmedlas av både Jernhusen Media och Visual Art med start i början av maj.

- En av många fördelar med det digitala OOH mediet är flexibiliteten, genom vilket man kan skapa relevans på ett helt nytt sätt. Till exempel synkade McDonald's sin kampanj med tågtidtabellen som uppdaterades i realtid över hela landet, säger Andreas Lind, partner och affärsområdeschef på Visual Art.

För mer information:

Nina Cronehag, Chef Jernhusen Media, 08-410 626 63

Ann Hermansson, Marknadsansvarig Jernhusen Media, 08-410 032 46

Andreas Lind, Affärsområdeschef Visual Art, 08-15 32 00

Jernhusen Media är ett produktområde inom Jernhusen som ansvarar för och säljer reklam- och eventytor på stationer från norr till söder. Varje dag besöker över 600 000 personer Jernhusens stationer. Jernhusen Media erbjuder bland annat eventytor, vepa-, folierings- och samplingsytor samt digitala och analoga reklamskyltar.

Jernhusen äger, utvecklar och förvaltar ett fastighetsbestånd av stationer, stationsområden, underhållsdepåer och godsterminaler längs den svenska järnvägen. Jernhusen ägs av svenska staten och har 265 medarbetare. Huvudkontoret ligger i Stockholm. Fastighetsbeståndet uppgår till 241 fastigheter, med ett totalt marknadsvärde på 10,2 miljarder kronor.