

PRESSEMITTEILUNG

Ströer und Deutsche Bahn verlängern Beacon-Testfeld im Düsseldorfer Hauptbahnhof bis März 2015

Köln, 28. November 2014 Ströer und Deutsche Bahn verlängern die Laufzeit des DUS Open Playground um vier Monate. Noch bis Ende März können Interessierte kostenfrei iBeacon-Kampagnen im Düsseldorfer Hauptbahnhof testen.

"Das Interesse bei Agenturen und Werbungtreibenden, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, ist groß. Die iBeacon Technologie ist jedoch ein sehr komplexes Thema und das Feedback der Teilnehmer des Open Playground zeigt, dass die Entwicklung mit erheblichem Aufwand verbunden ist", sagt Christian von den Brincken. „Deswegen wurde mehrfach die Bitte an uns herangetragen, die Laufzeit des Projektes zu verlängern. Diesem Wunsch kommen wir gerne nach, um ein Optimum an Lösungen und Cases zu generieren.“

Insbesondere Handelskunden könnten von der Entwicklung profitieren, weil sich über die iBeacon-Technologie die Mechaniken des E-Commerce in den stationären Handel transportieren lassen. Konsumenten können über eine mobile Verlängerung der Out-of-Home Kampagne auf dem Smartphone aktiviert werden. Eine gezielte Ansprache, individuelle Angebote oder eine direkte Navigation zum POS sind nur einige Möglichkeiten einer integrierten Kampagne.

Als Infrastrukturanbieter besitzt Ströer grundsätzlich die Möglichkeit, durch die iBeacon-Technologie die reale Welt mit dem Online-Universum zu verbinden und den digitalen Handshake in ganz Deutschland zu ermöglichen. Mit dem DUS Open Playground verfolgt der Mediavermarkter primär das Ziel, ein dichtes iBeacon-Netz an einem stark frequentierten Verkehrsknotenpunkt anzubieten, um Agenturen und Werbungtreibenden ein attraktives Testfeld zu offerieren.

Agenturen und Werbungtreibende, die ihre Lösung im Rahmen des DUS Open Playground testen wollen, können sich weiter unter www.stroeer.de/open-playground registrieren und erhalten ein gut dokumentiertes Software Development Kit (SDK) für iOS und Android vom Berliner iBeacon-Spezialisten Sensorberg.

Für teilnehmende Agenturen besteht außerdem die Möglichkeit, einen Casefilm ihrer Umsetzung einzureichen. Nach Abschluss des Testfeldes werden Ströer und die DB zusammen mit einer Jury die eingereichten Beacon-Use Cases nach Mehrwert, Originalität, Skalierbarkeit, Verständlichkeit und technischer Ausführbarkeit bewerten und die besten Umsetzungen mit dem Hyperlocality Award auszeichnen.

Über Ströer

Die Ströer Media SE ist einer der führenden Anbieter für Außen- und Online-Werbung und bietet den werbungtreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungtreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet über 280.000 Außenwerbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 634 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2013 zählt die Ströer Media SE gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.300 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com.

Pressekontakt Ströer:

Ströer Media SE

Marc Sausen

Leiter Konzern-Kommunikation

Telefon: 02236 / 96 45-246

E-Mail: mhausen@stroeer.de

Kontakt Investor Relations:

Ströer Media SE

Dafne Sanac

Manager Investor Relations

Telefon: 02236 / 96 45-356

E-Mail: dsanac@stroeer.de