

PRESSEMITTEILUNG

Start für digitale Stadtinformationsanlagen in Wetzlar

Köln, 03. September 2019 Ströer treibt die Digitalisierung seiner Werbeflächen im öffentlichen Raum weiter voran und stattet nun auch Wetzlar mit digitalen Stadtinformationsanlagen aus. Ab September 2019 stehen der Stadt sowie lokalen und regionalen Werbungtreibenden erstmals fünf neue, digitale Werbeflächen zur Verfügung: Die rund 9 Quadratmeter großen Screens sind an vier zentralen Verkehrsknotenpunkten (Gloelknoten, Friedrich-Ebert-Platz stadteinwärts und stadtauswärts, Frankfurter Straße, Ecke Hasenpfad) in der Stadt platziert. Die Anlagen sind die ersten dieser Art in Hessen.

Die neuen digitalen Stadtinformationsanlagen sind mit modernster LED-Technik ausgestattet. In einer dreiminütigen Programmschleife werden auf den Screens neben Werbung und redaktionellen Inhalten, auch regionale Themen wie Stadtnews oder Wetter ausgestrahlt.

„In der Entwicklung der Städtewerbung gab es immer wieder Veränderungen. Die neuen digitalen Informationsanlagen ermöglichen es der Kommune, besondere Veranstaltungen anzukündigen, wichtige Informationen – zum Beispiel bei Verkehrsbeeinträchtigungen - schnell zu kommunizieren oder mit interessanten Daten die Stadt ein wenig vorzustellen. Damit kann das zunehmende Informationsbedürfnis unserer Einwohnerschaft, aber auch der Gäste unserer Stadt aufgegriffen werden“, sagt Oberbürgermeister Manfred Wagner.

Ich freue mich, dass wir in Zusammenarbeit mit der Stadt die Digitalisierung im öffentlichen Raum in Wetzlar gestartet haben. Als langjähriger Partner der Städte tragen wir mit unseren digitalen Werbeträgern einen Teil zu einer urbanen Kommunikationsinfrastruktur bei und unterstützen die Erreichbarkeit der Bevölkerung in einer digital transformierten Gesellschaft für Unternehmen, Kommunen und Menschen“, sagt Alexander Stotz, CEO Ströer Media Deutschland GmbH. „Mit der Ausspielung von Themen aus Wetzlar decken wir den

Informationsbedarf der Bürger und schaffen ein interessantes Umfeld für Werbungtreibende.“

2015 startete Ströer mit der Digitalisierung der Außenwerbung auf der Straße. Aktuell vermarktet Ströer rund 340 digitale Stadtinformationsanlagen deutschlandweit, sowie 4.500 Screens innerhalb des Public Video-Netzwerkes in Bahnhöfen oder Einkaufszentren. Ströers Beitrag zu smarten Städten besteht darin, neben Infrastruktur und Datenplattformen auch Portale zu installieren, auf denen der Austausch zwischen Bürgern, Unternehmen und Verwaltung intensiviert wird um Lebensräume zu schaffen, die es den Menschen einfacher machen, ihr zunehmend digitalisiertes Leben immer besser zu bewältigen. Die digitalen Stadtinformationsanlagen sind Teil eines urbanen Informationsnetzes im öffentlichen Raum und Bestandteil des Smart City-Ansatzes. Die Integration von Informations- und Kommunikationstechnologien in die Infrastruktur einer Stadt kann dabei helfen, Lösungen für Mobilität, Verwaltung und öffentliche Sicherheit zu finden und viele städtische Probleme effizienter und schneller zu lösen. Die Screens bieten neben Werbung und redaktionellen Inhalten, relevante Service-Infos zu Wetter und Veranstaltungen, können aber auch Verkehrsleitinformationen und grundsätzliche Hinweise zeigen, zum Beispiel im Falle eines Unwetters oder einer Bombenentschärfung. Somit können die Anlagen neben Rundfunk, TV und Internet, als offizieller Multiplikator für Warnmeldungen dienen.

Aktuelles Bildmaterial zu den digitalen Stadtinformationsanlagen finden Sie in unserer [Mediathek auf www.stroeer.com](http://www.stroeer.com).

Bildmaterial Digitale Stadtinformationsanlage_Wetzlar.jpg: Personen v.l.n.r. – Philipp Hofmann (Gebietsmanager Ströer Deutsche Städte Medien GmbH), Harald Rotter (Niederlassungsleiter Ströer Deutsche Städte Medien GmbH), Manfred Wagner (Oberbürgermeister Wetzlar), Reiner Dietrich (Geschäftsführer Stadtmarketing Wetzlar); Foto: VRM Wetzlar

Über Ströer

Ströer ist ein führender deutscher Außenwerber und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte, voll integrierte Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertschöpfungskette an. Ströer setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Content und Direct Media. Mit dieser Kombination ist das Unternehmen in der Lage kontinuierlich die Relevanz bei Kunden weiter auszubauen und besitzt dank starker Marktanteile und langfristiger Verträge auf dem deutschen Markt eine hervorragende Voraussetzung, um auch in den kommenden Jahren am Marktwachstum überproportional profitieren zu können.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Zum Portfolio zählen alle Medien, die außer Haus zum Einsatz



kommen – von den klassischen Plakatmedien über das exklusive Werberecht an Bahnhöfen bis hin zu digitalen Out-of-Home Medien. Die Bereiche Content und Direct Media flankieren das Kerngeschäft. Mit Dialogmarketing offeriert Ströer seinen Kunden gesamthafte Lösungen auf Performance-Basis – von orts- oder contentbasierter Reichweite und Interaktion über das gesamte Spektrum des Dialogmarketings bis hin zur Transaktion. Zudem publiziert das Medienhaus im Digital Publishing Premium-Inhalte über alle digitalen Kanäle und bietet mit Angeboten wie t-online.de und Special-Interest-Portalen eines der reichweitenstärksten Netzwerke Deutschlands.

Das Unternehmen beschäftigt rund 13.000 Mitarbeiter an mehr als 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2018 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im SDAX der Deutschen Börse notiert.

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

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer SE & Co. KGaA
Leiter der Konzern-Kommunikation
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
E-Mail: presse@stroeer.de