



OOHLEMON

digital
signage

Außenwerbung mit Frische

Die Gründer von OOHLEMON wollen digitale Außenwerbung für jeden einfach, flexibel und direkt machen.



Die zwei OOHLEMON Gründer Waldemar Friesen, links, und Milosz Nowakowski vor einem Bildschirm, der in ihr Netzwerk eingebunden ist.

Mit der OOHLEMON Software für Computer und Smartphone kann man in nur drei Schritten digitale Außenwerbung planen.

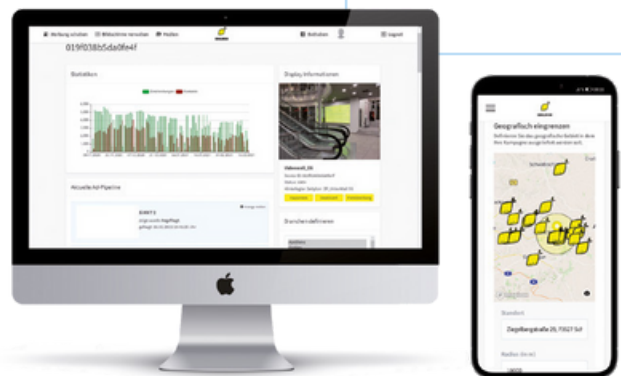


Mit dem OOHLEMON Player, einem Bildschirm und Internet kann man seine Bildschirme zum Geldverdienen nutzen.

Der Firmenname OOHLEMON deutet auf den ersten Blick nicht auf digitale Außenwerbung hin, auf den zweiten Blick dann aber doch.

„OOH ist die Abkürzung für out of home und Lemon ist die Start-up-Frische in diesem Bereich“, erklärt CEO Waldemar Friesen. Das Unternehmen gibt es als GmbH seit 2020, die Idee dazu entstand 2015 bei einem Friseurbesuch. „Meine Frau hat einen Friseursalon und da wurde ein Display mit USB-Stick zum Abspielen genutzt. Und Milosz traf ich zufällig bei einem Friseurbesuch.“

Milosz kommt aus der IT-Welt und liebt es, Dinge zu optimieren und so kam es zu der Idee, dass es doch auch dafür eine App geben sollte, die ähnlich einfach wie beim Onlinemarketing gehen sollte“, beschreibt Waldemar Friesen.



Die wichtigsten Punkte für das Entwickeln einer solchen App lagen für die Gründer, Waldemar Friesen und Milosz Nowakowski, auf der Hand: Viele KMUs hätten und haben noch das Problem, dass es zum einen kaum digitale Displays zum Werben



gebe, die vorhandenen Flächen mit langen Wartezeiten und hohen Einstiegskosten verbunden sind und zum anderen Kampagnen am ÖPNV nicht im Verhältnis stünden.

So haben sich die Gründer hingesetzt und eine Lösung für die Herausforderung gesucht. OOHLEMON war gegründet.

Start-up mit Frische

OOHLEMON ist im Grunde eine Software für digitale Außenwerbung. Es gibt den Manager als Webanwendung und die App. Damit kann man eigene digitale Werbeflächen verwalten und Außenwerbung auf anderen Bildschirmen schalten. Das bedeutet, man kann die Software verwenden, um eigene Werbung auf nicht eigenen Bildschirmen, die in der Software vermerkt sind, zu schalten. Auf der anderen Seite kann man dort eigene Bildschirmnetzwerke zur Verfügung stellen. Auch, wenn man nur einen Bildschirm besitzt.

„Eine Kampagne zu buchen ist damit so leicht, wie in den sozialen Medien zu posten.“

Neue Bildschirme kann man einfach per Plug-and-play hinzufügen, in nur drei Schritten kann man eine Kampagne schalten, die Kosten werden sekundengenau abgerechnet und es ist ein intuitives Grafikwerkzeug mit tausenden Vorlagen in der

App integriert, um nur ein paar Vorteile von OOHLEMON zu nennen.

So wenig Technik wie nötig

Man benötigt nicht viel, um sich an dem Netzwerk zu beteiligen. Einen Bildschirm, eine App, einen Player – eventuell ein Smartphone mit App. „Die Playerboxen gibt es bei uns im Shop, dann benötigt man Internet und einen Bildschirm mit HDMI-Eingang“, erklärt Waldemar Friesen. Wenn man seinen Bildschirm für Werbung zur Verfügung stellt, entstehen keine Kosten. Ganz im Gegenteil, man kann damit Geld verdienen.

Wenn man Werbung schalten möchte, kann man centgenau das Budget einstellen sowie einen bestimmten Raum auf einer digitalen Karte wählen, innerhalb dessen die Werbung angezeigt werden soll.

„Alles, was über das gewählte Budget hinausgeht, wird nicht abgebucht“, erklärt der OOHLEMON-CEO und ergänzt: „Eine Kampagne zu buchen ist damit so leicht, wie in den sozialen Medien zu posten.“ Man muss dazu in der App – nach Anmeldung und Kontoerstellung – lediglich einen Kampagnennamen wählen und das Zeitfenster dafür vorgeben, den Zielradius auf der digitalen Karte definieren und das Tagesbudget wählen. Wer noch mehr einstellen möchte und sich ein wenig auskennt, für den gibt es in der App auch erweiterte

Funktionen wie etwa das Wählen einer Zielbranche.

Netzwerk wächst

Aktuell hat OOHLEMON 150 Bildschirme in seinem Netzwerk.

„Wir arbeiten derzeit an weiteren Kooperationen, um bestehende Netzwerke bei uns einzubinden“, sagt Waldemar Friesen. Mitglied werden kann man als Bildschirmbesitzer und als Werbekunde. Die Bildschirmbesitzer können wiederum wählen, ob sie ihre Screens nur für sich nutzen oder auch für andere freigeben wollen. Als Werbetreibender findet man alle freigeschalteten Bildschirme in der App. „Eine Kampagne wird sekundengenau abgerechnet und kostet aktuell 0,2 Cent pro ausgestrahlter Werbesekunde.

Kampagnen werden zehnmal in der Stunde abgespielt“, erklärt der OOHLEMON Gründer.

Für die Zukunft haben die Gründer von OOHLEMON noch weitere Pläne, wie etwa Laufwege anhand von Frequenzen zu ermitteln, Kampagnen mit den Kennzahlen „Cost per Click“ und „Cost per Lead“ auszuwerten, Agenturen und andere Plattformen anzubinden, programmatic DOOH zu ermöglichen und die angebotenen Kampagnen durch künstliche Intelligenz auf anstößige und andere verbotene Inhalte zu prüfen.