



Digital out of Home-Werbung

Bezahlbar für jeden – das geht!



OOHLEMON

Digitale Außenwerbung sollte auch für kleine Unternehmen bezahlbar sein! Jeder sollte sein Business digital so bewerben können, dass er sich finanziell nicht überhebt, anders als bei den großen Out of Home – Werbern. OOHLEMON zeigt mit seinem einfachen Konzept, wie das möglich ist. Profitieren können dabei Unternehmer aus allen Branchen – auch Optiker.

Waldemar Friesen hatte den Traum, dass digitale Außenwerbung auch für kleine Unternehmen bezahlbar wird. Er traf bei einem Geschäftstermin 2019 in Schwäbisch Gmünd den IT-Experten Milosz Nowakowski. Zwischen den beiden funkte es: Regionale Werbung in einem Netzwerk von Displays in öffentlichen Bereichen und in Schaufenstern – das könnte funktionieren. Der Name OOHLEMON besteht aus der Abkürzung für out of home – OOH – und einem Symbol für die erfrischende, neue Idee in diesem Bereich: LEMON. OOHLEMON hätte ein Flop werden können, denn zeitgleich zur Gründung kam der erste Corona-Lockdown. Wer schaute da auf Werbung? Wer war überhaupt auf der Straße unterwegs? Aber Waldemar und Milosz glaubten fest an ihr OOHLEMON als das Ströer 4.0 für kleine Unternehmen und arbeiteten weiter. OOHLEMON steht heute mit mehr als 150 Kunden auf gesunden Beinen und wächst immer weiter.

DooH boomt

Nachdem die Branche der Digital out of Home-Werbung 2020 durch die Pandemie herbe Rückschläge erfuhr, hat sie sich 2021 zum kräftigen globalen Trend gemausert und erholt sich jetzt stärker als andere Werbebranchen. Nielsen Germany belegt das mit Zahlen:

2019: 747,12 Mio € Brutto-Werbeumsatz

2020: 763,98 Mio € Brutto-Werbeumsatz

2021: 933 Mio € Brutto-Werbeumsatz.

In der Schweiz baute die OneTech Group ihre buchbaren DooH-Displays auf mehr als 500 digitale Screens aus. In Wien hat

Betreiber Number One mit einem LED-Display von mehr als 1000 qm ein Riesenposter an einer der meistbefahrenen Straßen errichtet. DOOH gilt als eines der letzten echten Massenmedien. Es kombiniert den raschen Reichweitenaufbau von Out of Home-Werbung mit der Flexibilität und den vielfältigen Vermarktungsmöglichkeiten eines digitalen Mediums. Es gibt inzwischen auch in Deutschland einen DOOH-Verband, einen Award und eine globale Studie, weil die enormen Wachstumsraten für sich sprechen.



Die OOHLEMON-Gründer Waldemar Friesen (links) und Milosz Nowakowski (rechts) wollen digitale Außenwerbung für jedes Unternehmen ermöglichen.



Vorteile von DooH mit OOHLEMON auf einen Blick

OOHLEMON GmbH

- regionale Verbreitung
- keine Wartezeiten
- sekunden- und centgenaue Abrechnung ist Usus
- Wunschdisplays werden gebucht
- Möglichkeit, bei Abspielen von Fremdwerbung auf eigenen Displays Geld zu verdienen – regionale Netzwerkeffekte
- Informationen über die Zielgruppen für den Werbetreibenden

Big Player

- bundesweite Aufmerksamkeit möglich
- längere Wartezeiten
- sekunden- und centgenaue Abrechnung ist nicht möglich
- Premiumstandorte meist nicht verfügbar
- keine Möglichkeit der Belegung von Fremddisplays, keine Netzwerkeffekte
- Informationen über die Zielgruppen für den Werbetreibenden

Ist DooH die Spielwiese der großen Unternehmen oder eine Riesenchance für Einzelhändler und regionale Betriebe?

Beides, denn bei den kleinen Betrieben setzt die Idee der OOHLEMON GmbH an. Für kleine Unternehmen und Dienstleister war die Situation bisher so: Die großen DooH-Anbieter wie Ströer oder JCDecaux verlangen hohe Preise und haben lange Wartezeiten, bis eine Schaltung realisiert wird. Außerdem kann kaum ein Kunde seine Werbung auf den Displays realisieren, die für ihn Premium sind. „Bei OOHLEMON kann jeder Kunde seine Kampagne selbst steuern. Dank unserer Softwareplattform, die so einfach per App zu bedienen ist, als ob man in den sozialen Medien postet. Jeder kann damit seine eigenen digitalen Werbeflächen bespielen, die von uns bereitgestellten Displays verwenden oder sogar die Displays anderer Werbetreibender im Netzwerk mitnutzen,“ sagt OOHLEMON-Co-Founder Waldemar Friesen. „Wer in unserem Netzwerk wirbt, dem laufen die Kosten nicht aus dem Ruder. Ein Displaybesitzer braucht lediglich einen Bildschirm und Internet. Die App ist auf der OOHLEMON-Playerbox installiert und kann ganz einfach mit dem HDMI-Kabel aktiviert werden. Die Verwaltung der Displays funktioniert über die App oder unsere Web-Anwendung. Jeder kann in drei Schritten seine Kampagne selbst buchen. Sekunden- wie centgenau bestimmt der Kunde, was wann und wie lange in welcher Region ausgestrahlt wird. Natürlich kann er auch selbst seine Bruttoreichweiten auswerten,“ ergänzt Milosz Nowakowski. Mitglied im OOHLEMON-Netzwerk wird ein Unternehmer als Werbetreibender oder als Displaybesitzer. „Letztere können wählen, ob sie ihre Displays nur für sich oder auch für andere Unternehmen freigeben. Das ist unser USP, denn damit kann dann sogar Geld verdient werden, aktuell 0,2 Cent pro Werbesekunde.“

So stärken wir das regionale Netzwerk und verzahnen verwandte Branchen. Unser Modell ist für jeden kleinen Unternehmer, für jeden Dienstleister oder für jedes Einzelhandels-geschäft ein Gewinn“, sagt Co-Founder Friesen. Er ergänzt: „Außerdem geben wir unseren Kunden zuverlässige digitale Informationen über ihre Zielgruppen, die sie sonst nirgendwo bekämen.“

Zu einer modernen Innenstadt gehört heute auch ein digitales Werbekonzept. Viele herkömmliche Innenstadtkonzepte haben in der Pandemie schwere Blessuren bekommen, viele – auch kleinere – Städte müssen ihre Citykonzepte neu erfinden. Da liegen digitale Stadtmarketing- und Werbekonzepte als ein effektiver Neuanfang auf der Hand.

Den großen Playern wie Ströer überlässt OOHLEMON gern den europäischen Markt. Für sie liegt der Reiz in der Region. Die Unternehmen wirtschaftlich potenter Regionen und einzelne Städte digital zu vernetzen, hat neben den Werbeeffekten für die einzelnen Betriebe auch eine Wirkung in der Fläche. „Warum soll der Friseur nicht auf den Augenoptiker hinweisen und das Display im Warteraum des Arztes nicht für das Einkaufszentrum um die Ecke werben? Wir haben in Deutschland klar Nachholbedarf und OOHLEMON möchte es den kleinen Unternehmern so einfach wie möglich machen, in digitale Außenwerbung einzusteigen. Gerade in der wirtschaftlich komplizierten Zeit mit Pandemie und Krieg in Europa halten wir es für wichtig, dass auch Geschäftsleute sich gegenseitig unterstützen, gerade innerhalb einer Region“, so Waldemar Friesen.

Die Vorzeigebjekte von OOHLEMON sind beispielsweise ein Kaufhaus mit Videowalls, Hotspots auf Stuttgarter Straßen, in Banken, bei Fitnessketten oder Schaufenster am Marktplatz.

Text von Janike Dombrowsky.

www.oohlemon.com

In 3 Schritten zur perfekten Displaywerbung:

Mit der intuitiven App & Web-Anwendung von OOHLEMON ist es so einfach wie in den Social Media geworden, seine eigene Display-Werbung zu schalten.

Schritt 1:

Kampagnennamen vergeben & Zeitfenster definieren. So vermeiden Sie Streuverluste und erreichen die Zielgruppe im richtigen Moment.

Schritt 2:

Bild oder Video hochladen und auf der Maps-Karte den Zielstandort wählen. In den Experteneinstellungen können auch die Zielbranchen gewählt werden, wobei konkurrierende Unternehmen systemseitig direkt ausgeschlossen werden.

Schritt 3:

Tagesbudget einstellen. Wird ein größerer Radius mit mehreren Bildschirmen gewählt, so wird pro Spot auf allen Displays abgerechnet. Sollte ein Bildschirm aus oder nicht mit dem Internet verbunden sein, so wird auch nichts verrechnet.