

Factsheet

Pakete Digital, nach Zielgruppen

Durch die Kombination von unterschiedlichen Screens sind Targetings nach Zielgruppe möglich. Es stehen 5 Pakete mit unterschiedlichen Zielgruppen zur Auswahl. Präsenz auf unseren digitalen Werbeflächen erhöht die Brand Awareness und das Brand Image. Durch die Standorte an neuralgischen Punkten in unmittelbarer Nähe von Verkaufsflächen generieren sie Leads und neue Verkäufe. Mit DOOH sind Bewegtbildinhalte möglich und eine Vielzahl von kreativen Werbeformen, ausgesteuert nach Tag, Zeit, Temperatur oder Ort.



Zielgruppe «Shoppers»

Kauffreudige und Lifestyle-affine Zielgruppe. Hier trifft man die experimentierfreudigen und weltoffenen Kosmopoliten.

- 27 Screens rund um die Bahnhofstrasse
- Präsenz inklusive Bellevue und Bürkliplatz
- Exponierte Standorte, kauffreudige Zielgruppe
- Buchbar in den Varianten «Gold» und «Silber»

Produkt	Anzahl Screens	Paketrabatt	Plays/Woche	Bruttokontakte/Woche	Paketpreis
Gold	27	20%	145'600	2.3 Mio.	65'146
Silber	27	20%	72'800	1.15 Mio.	39'088



Zielgruppe «Commuters»

Mehrfachkontakte durch konstante Mobilität und regelmässige Visibilität ihrer Botschaft.

- 25 Screens an Ein- und Ausfahrten der Stadt Zürich
- Rund um die Agglomeration sind täglich 770'000 Pender unterwegs*
- Neuralgische Verkehrspunkte
- Buchbar in den Varianten «Gold» und «Silber»

Produkt	Anzahl Screens	Paketrabatt	Plays/Woche	Bruttokontakte/Woche	Paketpreis
Gold	25	20%	141'333	1.1 Mio.	27'473
Silber	25	20%	70'666	550'000	16'484

Die Paketpreise beziehen sich auf die allgemeinen Rabatt-Bedingungen für digital PLAY. Eine Mindestabnahme an Screens ist eine Voraussetzung für den Paketpreis. Im Rahmen der digitalen Transformation baut Clear Channel Schweiz AG das Inventar permanent aus. Daher kommen im Laufe des Jahres weitere digitale Inventarergänzungen dazu. Gerne erstellen wir Ihnen eine individuelle Offerte.

Quelle: *BFS, Personenverkehr, Pendlermobilität



Zielgruppe «Youngsters»

Junge Trendsetter, hohe Social Media-Affinität, «early adopters», starkes Interesse an Markenprodukten, probieren viel aus.

- 21 Screens in nächster Nähe der «Youngsters»
- Rund um die trendige Europaallee und in der Nähe HB
- 71'000 Studierende und Berufseinsteiger studieren in Zürich*
- Buchbar in den Varianten «Gold» und «Silber»

Produkt	Anzahl Screens	Paketrabatt	Plays/Woche	Bruttokontakte/Woche	Paketpreis
Gold	21	20%	109'760	900'000	22'600
Silber	21	20%	54'880	450'000	13'560



Zielgruppe «Hedonists»

Extravaganz und Lebensgenuss stehen im Vordergrund, Hedonists sind sportlich und gehen gerne in Restaurants & Bars in ihrer Freizeit.

- 13 Screens in den hippen Quartieren Kreis 4 und 5
- Erreichen der Zielgruppe DINK (double income, no kids)
- Taktisch und zeitlich abgestimmte Kommunikation
- Buchbar in den Varianten «Gold» und «Silber»

Produkt	Anzahl Screens	Paketrabatt	Plays/Woche	Bruttokontakte/Woche	Paketpreis
Gold	13	10%	67'200	800'000	26'024
Silber	13	10%	33'600	400'000	15'614



Zielgruppe «Finance»

Business Professionals mit Fokus auf Wirtschafts- und Finanzthemen, tätig auf dem internationalen Finanzplatz Zürich.

- 27 Screens für die Beschäftigten im Finanzsektor
- Potential von rund 90'000 Personen in Zürich*
- «Hotspots» der Finanzwelt (Paradeplatz / Bahnhofstrasse)
- Buchbar in den Varianten «Gold» und «Silber»

Produkt	Anzahl Screens	Paketrabatt	Plays/Woche	Bruttokontakte/Woche	Paketpreis
Gold	27	20%	147'840	1.8 Mio.	48'052
Silber	27	20%	73'920	900'000	28'831

Die Paketpreise beziehen sich auf die allgemeinen Rabatt-Bedingungen für digital PLAY. Eine Mindestabnahme an Screens ist eine Voraussetzung für den Paketpreis.

Quelle: *Stadt Zürich, Statistik, Berufsbildung / **Bankenplatz Zürich 2017/2018