MEDIACOM

MAGAZINE

Out-of-Home: Das perfekte Medium für den Restart nach der Corona-Krise

GROWTH

SIMON CHMIEL, LEAD ACCOUNT MANAGEMENT, KINETIC WORLDWIDE GERMANY 30 APR 2020

Die Lockerungen der aufgrund der Corona-Krise eingeführten Beschränkungen bedeuten für die Außenwerbung: Eine breitenorientierte Kommunikation mit den Zielgruppen ist wieder möglich. Je stärker die Mobilität der Konsumenten wieder steigt, desto höher der Wettbewerbsdruck bei der OOH-Werbung. Daher ist es für Unternehmen und Marken essentiell, jetzt zu handeln und sich Wettbewerbsvorteile für den Rest des Jahres zu sichern.

The relaxation of the restrictions introduced due to the Corona crisis means for outdoor advertising: A broad-based communication with the target groups is possible again. The more consumer mobility increases again, the greater the competitive pressure in OOH advertising. It is therefore essential for companies and brands to act now and secure competitive advantages for the rest of the year.

Analyse & Fakten zum Download.

Analysis & facts for download.

MediaCom YouTube Kanal abonnieren.

Subscribe to MediaCom YouTube channel.

GROWTH