

NEO ADVERTISING HAT BEI DER AUSSCHREIBUNG DER VERKEHRSBETRIEBE ZÜRICH 9 VON 10 OUT-OF-HOME-LOSEN GEWONNEN

Neo Advertising sichert sich den Löwenanteil des begehrten Out-of-Home-Inventars der Verkehrsbetriebe der Stadt Zürich und wird dadurch zu einem der zwei wichtigsten Akteure im Schweizer OOH-Markt.

Ab dem 1. Januar 2022 übernimmt Neo Advertising rund 1'200 hochwertige Plakatflächen im Zentrum und im Grossraum von Zürich. Diese Flächen befinden sich vorwiegend an stark frequentierten Haltestellen der VBZ und werden in den ersten beiden Wochen 2022 teilweise digitalisiert. Damit wird den Kunden ab Januar 2022 mit mehr als 250 digitalen Screens das grösste digitale OOH-Netzwerk auf öffentlichem Grund in der Schweiz zur Verfügung stehen.

Christian Vaglio-Giors, CEO von Neo Advertising, kommentiert: "Die Erweiterung des OOH-Angebots im Raum Zürich war eine sehr hohe Priorität für uns. Das VBZ-Inventar ist eine perfekte und logische Ergänzung unseres bereits bestehenden hochwertigen Portfolios in Genf, Bern, Winterthur und Basel. Darüber hinaus werden wir mit den zusätzlichen 250 digitalen Screens künftig auch sehr attraktive programmatische Angebote anbieten können. Wir freuen uns sehr auf eine langfristige Partnerschaft mit den VBZ, damit wir das OOH-Medium im Raum Zürich kontinuierlich, innovativ und gemeinsam weiterentwickeln können. Ich gratuliere und danke den Teams von Neo Advertising, Goldbach und TX Group für die Zusammenarbeit. Ohne dieses Zusammenspiel wäre dieser wichtige Gewinn nicht möglich gewesen.

Michi Frank, CEO Goldbach und Verwaltungsratspräsident Neo Advertising meint ergänzend: "Ich freue mich sehr über die Partnerschaft mit den VBZ und bin überzeugt, dass Neo Advertising ihre crossmediale Vermarktungskraft am Standort Zürich voll entfalten kann."

Das OOH-Angebot 2022 von Neo Advertising wird im Oktober 2021 veröffentlicht.