

## Pressemitteilung

### **Programmatic OOH von Mobile Audience Solutions: Colorful Chairs setzt für die Initiative Tierwohl in der Konsumenten-Kommunikation auf die Vernetzung von klassischen OOH-Medien und digitalen Disziplinen**

**Berlin/Köln, 17.07.2025.** Die Berliner Digitalagentur Colorful Chairs setzt ein starkes Zeichen für intelligente Media-Innovation: Gemeinsam mit Mobile Audience Solutions (MAS) wurde erstmals eine vollständig analoge OOH-Kampagne programmatisch geplant und gebucht. Die Kampagne „Deine Wahl. Ihr Wohl“ für die Initiative Tierwohl ist dabei nicht nur inhaltlich relevant, sondern auch technologisch wegweisend.

#### **Relevanz am POS – gezielt geplant und digital gesteuert**

Im Zentrum der Mediastrategie steht eine aufmerksamkeitsstarke Out-of-Home-Kampagne, die bundesweit auf 750 analogen Werbeflächen direkt auf den Parkplätzen führender Supermärkte und Discounter zu sehen ist – vor allem in ländlichen Regionen und Nebenzentren, dort also, wo die Zielgruppe ihre Kaufentscheidungen trifft. Das Besondere: Trotz der rein analogen Platzierungen wurde die Kampagne über einen von der MAS entwickelten vordefinierten Channel in die marktführende Supply Side Plattform SSP1 der One Tech Group integriert – und konnte somit vollständig programmatisch von Colorful Chairs gebucht und orchestriert werden.

#### **Premiere: LEH-Channel als Bestandteil eines digitalen Mediakonzepts**

Colorful Chairs hat den sogenannten LEH-Channel als festen Bestandteil in das digitale Mediakonzept für die Initiative Tierwohl integriert. Damit wurde eine bisher rein physische Mediaumgebung erstmals nahtlos in digitale Planungsprozesse eingebunden – inklusive Targeting-Logik, KPI-Messbarkeit und kanalübergreifender Vergleichbarkeit. Über eine eigens geschaffene Schnittstelle ist nicht nur die programmatische Buchung, sondern auch das komplette Fulfillment – vom Druck bis zur Distribution der Werbemittel – nahtlos sichergestellt. Darüber hinaus erhält Colorful Chairs Zugang zu umfassenden Informationen zu Zielgruppenstrukturen, Vermarktungseinheiten, Spezialnetzen sowie zu mediarelevanten Kennzahlen wie Reichweiten und Kontaktfrequenzen.

Für einen zusätzlichen Push der Kampagne sorgen Display Ads bei Google sowie Native Advertising im Geofence um das Einzugsgebiet der Märkte. Neben den acht Millionen Kontakten über die klassische OOH-Kampagne werden so zusätzlich zehn Millionen Kontakte digital erzielt.

Die Erfolgskontrolle erfolgt über ein digitales Dashboard: Die Daten werden dabei in Echtzeit getrackt und auf einer Karte sichtbar gemacht. Parallel werden speziell im Suchmaschinen-Marketing die Suchen nach den zentralen Begriffen der Kampagne und der Marke des Siegels "Initiative Tierwohl" in dem Geofence aufgezeichnet, um zusammen mit dem auf den Plakaten aufgebrachten QR-Codes einen Nachweis für das Konsumenteninteresse geben zu können.

Die Auswertung der Kampagne zeigt ein sehr gutes Erreichen der Zielgruppe mit der Werbebotschaft parallel sowohl digital als auch physisch über Plakat und überdurchschnittliches Engagement der Haushaltsführenden, nachweisbar durch Klicks und Suchverhalten.

### **Start der Kampagne pünktlich zur Grillsaison**

Pünktlich zur Grillsaison spricht der Auftritt vor allem Fleisch-Genießer mit Garten und Auto an. „Die Initiative Tierwohl setzt sich seit 10 Jahren für eine Verbesserung des Tierwohls in der Nutztierhaltung ein. Unser Siegel kennzeichnet Produkte, die von Tieren aus teilnehmenden Betrieben stammen. Mit der Kampagne richten wir uns gezielt an die Verbraucherinnen und Verbraucher, die wir mit OOH am POS unmittelbar vor ihrer Kaufentscheidung erreichen“, so Dr. Alexander Hinrichs, Geschäftsführer Initiative Tierwohl.

„Die aus der digitalen Werbung bekannte Echtzeit-Transparenz haben wir erstmals systematisch auf analoge Außenwerbung übertragen – inklusive Planbarkeit, Targeting und Performance-Tracking. Entscheidend ist hier, die Vorzüge von klassischer Außenwerbung mit digitaler Performance optimal zu nutzen“, so Markus Koczy, Geschäftsführer der Colorful Chairs.

„Die klassische Plakatwerbung hat gerade in Gebieten außerhalb der großen Metropolen enorme Vorzüge. Doch sie muss in die digitalen Buchungslogiken integriert werden und Teil des programmatischen Ökosystems werden. Mit der Kampagne für Initiative Tierwohl haben wir diese Tür jetzt aufgestoßen“, ergänzt Martin Hubert, Geschäftsführer der Mobile Audience Solutions.

### **Über die Mobile Audience Solutions:**

Die Mobile Audience Solutions ist ein strategisches Projekt der planus media, Agentur für Out-of-Home und Geomarketing, auf Basis der SSP1, der führenden Supply-Side-Plattform (SSP) der One Tech Group. Über technologiebasierte Prozesse und Schnittstellen verbindet die Mobile Audience Solutions Publisher von analogen Media-Reichweiten mit der SSP1 und stellt diese somit für die programmatische Planung- und Buchung innerhalb der Demand-Side-Plattformen (DSP) zur Verfügung.

Mehr zur Mobile Audience Solutions unter [www.mobileaudiencesolutions.de](http://www.mobileaudiencesolutions.de)

**Pressekontakt:**

planus media GmbH  
Peter Herbrand  
Von-Werth-Str. 8  
50670 Köln  
Telefon: 0221 / 99 38 57 – 65  
E-Mail: [peter.herbrand@planus-media.de](mailto:peter.herbrand@planus-media.de)