

## Revolution im Werbemarkt: Wie die ÖBB von Zugreisenden profitiert!

Im LEADERSNET-Interview erläutert Karin Seywald-Czihak, GF ÖBB Werbung, Trends und Potenziale in der Außenwerbung 2025.



**Österreich** - Die Werbewirtschaft in Österreich und Deutschland zeigt sich optimistisch, und das Wachstum ist spürbar! Laut einem Interview mit Karin Seywald-Czihak, der Geschäftsführerin von ÖBB Werbung, gewinnt die Außenwerbung an Bedeutung und verzeichnete im Jahr 2024 ein beachtliches Umsatzplus von 12 Prozent. Die digitale Außenwerbung, insbesondere die programmatische Buchbarkeit, öffnet neue Türen für Werbetreibende, die ihre Kampagnen gezielt steuern möchten, wie **LEADERSNET** berichtet. Der Trend zur Interaktivität, beispielsweise durch QR-Codes, erschließt eine nahtlose Verbindung von Offline- zu Online-Inhalten, was die Effektivität der Kampagnen erhöht.

# Wachstumsprognosen und digitale Trends

In Deutschland wird eine ähnliche positive Entwicklung erwartet. Die JOM Group prognostiziert für 2025 ein Wachstum des Werbemarktes um etwa 3,2 Prozent, was sich auf ein Gesamtvolumen von über 30 Milliarden Euro belaufen wird. Während die Fernsehkonsumation stabil bleibt, boomt die digitale Bewegtbildwerbung. Plattformen wie YouTube und TikTok werden zunehmend beliebte Werbeumfelder, da sie eine hohe Reichweite bieten. Diese digitalen Innovationen stärken die Wettbewerbsfähigkeit der Werbewirtschaft, worauf auch **jom-group.com** hinweist. Der zügige Ausbau des Retail-Media-Bereichs trägt zur Stärkung der Werbung bei, da er den Handel mit Werbeflächen und Kundendaten verbindet.

Die Trends in der Außenwerbung und die starken Passagierzahlen der ÖBB, mit fast einer halben Milliarde Fahrgästen im vergangenen Jahr, schaffen eine solide Grundlage für weiteres Wachstum. In diesem Aufwind profitieren Werbungtreibende durch die gestiegene Reichweite, insbesondere da immer mehr kaufkräftige Zielgruppen von der Straße auf die Schiene umsteigen. Seywald-Czihak betont, dass der Erfolg der digitalen Innovationsprogramme entscheidend für die zukünftige Ausrichtung der Werbung in der Branche ist. In einem zunehmend vernetzten Markt wird der Einsatz von Daten und Technologie zur Personalisierung der Werbebotschaften unverzichtbar sein, so die Ansicht von beiden Expertinnen.

Details	
<b>Vorfall</b>	Sonstiges
<b>Ort</b>	Österreich
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.leadersnet.at">www.leadersnet.at</a></li><li>• <a href="http://www.jom-group.com">www.jom-group.com</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**