



Österreichische Post erschließt mit Ricoh neue digitale Einnahmequellen



- Erzielt wöchentlich über 4,7 Millionen Kontaktchancen
- Spielt über 620.000 Werbeanzeigen pro Woche aus
- Betreibt mehr als 160 Digital Out-of-Home Screens in ganz Österreich

UNTERNEHMEN UND HERAUSFORDERUNG

Die Österreichische Post AG mit fast 30.000 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz von über 3,1 Milliarden Euro ist ein international tätiger Post-, Logistik- und Dienstleistungskonzern mit herausragender Bedeutung für Österreich. Das Unternehmen steht für höchste Qualität und bietet ein umfassendes Produkt- und Serviceportfolio, um aktuelle Kundenbedürfnisse bestens abzudecken. Die Post bündelt ihre Geschäftsaktivitäten in drei Divisionen: Brief & Werbepost, Paket & Logistik und Filiale & Bank. International ist die Post über Tochtergesellschaften in insgesamt 15 Ländern vertreten, in 13 Ländern ist sie am Paketmarkt tätig und erreicht damit über 150 Millionen Menschen.

Einen weiteren wichtigen Schwerpunkt bildet für die Österreichische Post die Bereitstellung von Werbe- und Marketingdienstleistungen, um Kundinnen und Kunden bei der Steigerung ihrer Markensichtbarkeit und der Kontaktaufnahme mit ihrer Zielgruppe zu helfen. Nun verfolgt die Österreichische Post seit längerem konsequent den Ausbau ihrer Aktivitäten im Bereich Digital Out of Home (DOOH).

Reinhard Scheitl, Leitung Digital Out Of Home & New Business bei der Österreichischen Post, sagt: „Am Anfang stand die Entscheidung, das bestehende Netzwerk an Postfilialen zu nutzen und so eine zusätzliche und zukunftssträchtige Einnahmequelle zu erschließen. Die Screens sollten in besonders frequenzträchtigen Schaufenstern mit hohem Besucheraufkommen platziert werden, um Kunden eine attraktive Werbeflächenplatzierung bei einem verlässlichen und etablierten Partner bieten zu können. Um auf dem österreichischen DOOH-Markt durchzustarten, brauchten wir einen zuverlässigen und kompetenten Partner, der uns bei der Entwicklung, Einführung und Skalierung des Konzepts unterstützt.“



LÖSUNG

Aufbau einer starken Partnerschaft

Anfangs wandte sich die Österreichische Post an Ricoh, um bei der Durchführung einer Machbarkeitsstudie mit einer kleinen Anzahl digitaler Werbeträger Unterstützung zu erhalten. In dieser Phase ging es der Österreichischen Post lediglich darum, das DOOH-Konzept zu erproben und Erfahrung mit dem Betrieb eines integrierten digitalen Bildschirmsystems zu sammeln.

Gerald Wiesmühler, Teamleiter DOOH & Außenwerbung bei der Österreichischen Post, erinnert sich: „Ricoch hatte sich in anderen Geschäftsbereichen als zuverlässiger Partner unser Vertrauen verdient. Vor rund viereinhalb Jahren begann die gemeinsame Zusammenarbeit im Rahmen der Machbarkeitsstudie, aus der wir viel Input für die Umsetzung des DOOH-Konzepts generieren konnten.“

Nach dem erfolgreichen Testlauf beschloss die Österreichische Post, noch eins draufzusetzen, und startete ein Ausschreibungsverfahren für die groß angelegte Einführung von DOOH-Lösungen. Hohe Servicequalität und schnelle Reaktionszeiten waren neben kosteneffizienten Lösungen die entscheidenden Auswahlkriterien, denn damit wollte das Unternehmen den reibungslosen Betrieb sicherstellen.

Nach einer eingehenden Bewertung kam die Österreichische Post zu dem Schluss, dass das Angebot von Ricoh am



Wir haben vollstes Vertrauen in Ricoh. Die Zusammenarbeit ist unkompliziert und man hat das Gefühl, mit einem Kollegen zusammenzuarbeiten, nicht mit einem externen Partner. Gemeinsam haben wir Lösungen für auftretende Herausforderungen gefunden und in vielen Bereichen Kompetenzen aufgebaut.

GERALD WIESMÜHLER
TEAMLEITER DOOH & AUSSENWERBUNG



„Wir haben unser Angebot an Werbedienstleistungen erweitert und mit Ricoh eine innovative digitale Einnahmequelle aufgebaut. Doch das ist für uns erst der Anfang. Wir denken bereits über die nächsten Schritte mit neuen Formaten, Touchpunkten und zusätzlichen Geschäftsmöglichkeiten nach.“

REINHARD SCHEITL
LEITUNG DIGITAL OUT OF HOME & NEW BUSINESS



überzeugendsten war und die größte Flexibilität und Kosteneffizienz bot. „Das Angebot hat alle Abteilungen überzeugt und so haben wir Ricoh als Generalunternehmer für die vollständige Einführung der digitalen Screens und einer zentralen, cloudbasierten Werbeverwaltungsplattform ausgewählt“, bestätigt Reinhard Scheitl. „Seitdem haben wir den Bereitstellungsprozess mit Ricoh standardisiert und optimiert, was uns dabei hilft, unser DOOH-Netzwerk österreichweit auszuweiten.“

Einer der Vorteile bei der Entscheidung war, dass Ricoh von Anfang an über viele interne Prozesse bei der Österreichischen Post informiert war, sodass direkt mit der Umsetzung begonnen werden konnte. „Wir haben vollstes Vertrauen in Ricoh“, fügt Gerald Wiesmüller hinzu. „Die Zusammenarbeit ist unkompliziert und man hat das Gefühl, mit einem Kollegen zusammenzuarbeiten, nicht mit einem externen Partner. Gemeinsam haben wir Lösungen für auftretende Herausforderungen gefunden und in vielen Bereichen Kompetenzen aufgebaut.“

Durch die Bereitstellung von über 160 Screens, die mit der modernen, automatisierten, cloudbasierten Grassfish IXM-Plattform mit dem DOOH- und SSP-Modul und fortschrittlichen Targeting-Funktionen verbunden sind, verfügt Ricoh heute über ein fundiertes Know-how in der Beschaffung, Installation und Verwaltung von digitalen Außenwerbeträgern. Mit seinen

schlanken, optimierten Prozessen kann Ricoh ein zuverlässiges 24/7-Werbeerlebnis bieten, das durch umfassende Support-Dienstleistungen mit schnellen Reaktionszeiten unterstützt wird, um die Effektivität groß angelegter Werbekampagnen zu maximieren.

VORTEILE

Bleibender Eindruck

Mit Unterstützung von Ricoh hat die Österreichische Post das innovative DOOH-Konzept erfolgreich eingeführt und neue Geschäftskundinnen und -kunden gewonnen. Pro Woche zeigt das Unternehmen für seine Kunden über 620.000 Werbeanzeigen auf mehr als 160 digitalen Werbescreens, was nachhaltig dazu beiträgt, die Österreichische Post als starken Player am digitalen Werbemarkt in Österreich zu positionieren.

Reinhard Scheitl sagt: „Die Hochwertigkeit der Screens gepaart mit einer ansprechenden Platzierung an attraktiven Standorten hat es uns ermöglicht, große globale Kunden von einer Werbeplatzierung im Post Werbefenster zu überzeugen. Gleichzeitig sind durch die Einführung der neuen Dienstleistung Cross-Selling-Möglichkeiten entstanden und wir haben für unsere bestehenden Direktwerbe- und Online-Marketing-Kunden neue Optionen für die Platzierung von Werbung geschaffen. Damit können wir ihnen jetzt die Umsetzung dynamischer, medienübergreifender Kampagnen anbieten.“



Das Netz aus DOOH-Screens erstreckt sich über ganz Österreich und ist in Postfilialen, Einkaufszentren, an Telefonzellen, in Schaufenstern sowie freistehend in stark frequentierten Außenbereichen strategisch platziert. Für die Bereitstellung hochwertiger Displays für Standard- und kundenspezifische Installationen arbeitet Ricoh mit dem führenden Hersteller im Bereich LED-Technologie, LG Electronics, zusammen. Die meisten Standorte der Österreichischen Post sind mit hochauflösenden 75-Zoll-Bildschirmen ausgestattet. Für einen zusätzlichen Wow-Faktor installiert die Österreichische Post jedoch auch größere LED-Wände mit Bildschirmen von bis zu 44 m² an prestigeträchtigen Standorten in Wien, um potenziellen Kunden Zugang zu einzigartigen, wirkungsvollen Werbeflächen zu bieten.

Durch das Projekt hat sich die Österreichische Post als wichtiger Akteur auf dem österreichischen DOOH-Markt

etabliert. „Dank der hocheffizienten, klar definierten Prozesse, die wir mit Ricoh aufgebaut haben, können wir unser Netzwerk stetig erweitern“, erklärt Gerald Wiesmühler. „Wir haben mittlerweile eine kritische Netzgröße erreicht, die für nationale und internationale Werbekunden jeder Größenordnung eine reichweitenstarke Bühne für aussagekräftige Werbebotschaften bietet. Mit Ricoh gelingt es uns auch weiterhin, unsere Position auf diesem hart umkämpften Markt zu halten und weiter auszubauen.“

Reinhard Scheitl fasst zusammen: „Wir haben unser Angebot an Werbedienstleistungen erweitert und mit Ricoh eine innovative digitale Einnahmequelle aufgebaut. Doch das ist für uns erst der Anfang. Wir denken bereits über die nächsten Schritte mit neuen Formaten, Touchpunkten und zusätzlichen Geschäftsmöglichkeiten nach.“

ÜBER RICOH

Ricoh ist ein führender Anbieter von integrierten Digital-Workspace-Services und Drucklösungen, die die Digitalisierung des Arbeitsplatzes weiter vorantreiben und dabei helfen, Geschäftsprozesse zu optimieren. Die Ricoh Gruppe ist weltweit in rund 200 Ländern und Regionen vertreten und greift dabei auf ein breites Spektrum an Wissen, Technologien und Kompetenzen zurück, die das Unternehmen in seiner über 85-jährigen Geschichte aufgebaut hat. Im Geschäftsjahr, das im März 2025 endete, erzielte die Ricoh-Gruppe weltweit einen

Umsatz von 2,527 Milliarden Yen (ca. 16,8 Milliarden USD). Der Hauptsitz der Ricoh Gruppe befindet sich in Tokio. Ricohs Mission und Vision ist es, jedem Einzelnen die Möglichkeit zu geben, sein volles Potenzial und seine Kreativität bei der Arbeit zu entfalten. Im Mittelpunkt stehen dabei das Verständnis und die Transformation der Arbeitswelt, mit dem Ziel, eine nachhaltige Zukunft zu verwirklichen. Weitere Informationen finden Sie auf: www.ricoh.at

RICOH
imagine. change.

www.ricoh.at

Copyright © 2025 Ricoh Austria GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte und/oder das Layout dieses Dokuments dürfen ohne die vorherige schriftliche Genehmigung der Ricoh Austria GmbH nicht geändert und/oder angepasst, teilweise oder vollständig kopiert und/oder in andere Arbeiten integriert werden. Die Fakten und Zahlen beziehen sich auf bestimmte Geschäftsszenarios. Individuelle Gegebenheiten können zu anderen Ergebnissen führen. Alle Unternehmens-, Marken, Produkt- und Dienstnamen sind Eigentum und eingetragene Marken Ihrer jeweiligen Eigentümer. Änderungen und Irrtümer hinsichtlich der Abbildungen und Beschreibungen bleiben vorbehalten.