

ÖT-HAT ÉV ALATT TÉRÜLHET MEG A TÖBB SZÁZ MILLIÓS BERUHÁZÁS

Taxiállomással kombinált hirdetési hálózat épül Budapesten

► DIÓSZEGI JÓZSEF

A hirdetési szempontból korábban szinte telítettek hitt budapesti közterületeken új, a városképi szempontokat és a reklámozók igényeit egyaránt figyelembe vevő hirdetési eszközök jelentek meg. Az év elejétől folyamatosan kiépülő hálózatba tartozó modern taxiállomásokat ugyanis olyan utcabútorokkal látják el, amelyek city light poster (clp) hirdetések kihelyezésére is alkalmasak. A több száz milliós beruházást igénylő ötlet gazdája a Mediacontact Kft., amely saját erőből, nyereségének visszaforgatásából valósítja meg a fejlesztéseket – mondta *Somogyi Miklós*, a cég igazgatója. Jelenleg 12 budapesti kerületben, a forgalmasabb útvonalakon, csomópontokon, valamint a belvárosban, összesen 84 helyen épültek ki az új drosztok, s ezek összesen 420 hirdetési felületet biztosítanak, miután egyik oldalukon fix, a másikon pedig mozgó reklámhordozó felület található.

A Mediacontact tervei szerint év végére száz he-



lyen 500, a hálózat jövő évi teljes kiépülésével pedig Budapest körülbelül 300 pontján 1250 hirdetési felületet biztosítanak – tette hozzá *Pálvölgyi Tímea*, a cég értékesítési vezetője. A társaságnak nincsenek értékesítési gondjai, s bár az egyéb közterületi reklámhordozókhöz képest a táblák kialakítása drágább, a cég nem tud árat emelni, vagyis a közterületeken megszokott áron értékesíti a felületeket. Ennek ellenére *Somogyi* arra számít, hogy a beruházás öt-hat éven belül megtérül. Az új reklámhordozó iránti igényt jelzi, hogy a reklámfelületek gyakorlatilag teljes kihasználtsággal működnek, s hogy néhány hónapos jelenlétük óta ezeket egyebek mellett olyan hirdetővették igénybe kampányaikhoz, mint a Híd Rádió Rt., a MEO, a Motorola, a Nokia, az RTL Klub és a Generali Biztosító. Az új építmények ráadásul nem csak taxiállomásokként és reklámhordozóként működnek, hanem szolgáltatások nyújtására is alkalmasak.