

**Exklusiv**

Insgesamt 62 Start-ups, die sich mit dem Thema Daten und Werbung beschäftigen, wurden zu den Lions Innovation nach Cannes eingeladen. Aus Österreich waren exklusiv Manuel Klabacher (l.) und sein CTO Ondrej Gandel mit ihrem Start-up Folyo dabei.

# Solo-Auftritt für ein Österreich-Start-up

Als einziges heimisches Start-up wurde Folyo, die Plattform für messbare Außenwerbung, nach Cannes eingeladen.

CANNES. Diese Woche findet in Cannes das wichtigste Werbefestival der Welt statt. An zwei Tagen widmet man sich bei den „Lions Innovation“ dem Thema „Daten“ und wie diese die Werbung beflügeln und weiterentwickeln könnten. Dazu lud man insgesamt 62 Start-ups aus aller Welt ein, um ihre Ideen zum Thema zu präsentieren.

Als einziges österreichisches Start-up ist Folyo, der Betreiber der Online-Werbeplattform für mobile Außenwerbung, [www.getfolyo.com](http://www.getfolyo.com), bei der nach Impressions und TKP abgerechnet wird, eingeladen.

medianet sprach mit Gründer Manuel Klabacher.

**medianet:** Herr Klabacher, Folyo wurde als einziges österreichisches Start-up zu den Lions Innovation beim Werbefestival in Cannes eingeladen. Wie kam es dazu?

**Manuel Klabacher:** Cannes hat auch nach all den Jahren nicht an Glanz verloren und ist vor allem für die Werbewelt ein „Place to be“; daher haben wir uns für die Lions Innovation beworben, und wurden schlussendlich auch ausgewählt und eingeladen. Österreich hat eine lebendige und vielfältige Start-up-Szene – auch in der Branche, in der wir uns bewegen. Deshalb freut es uns vor allem, mit Folyo ausgewählt worden zu sein und Teil des größten Werbefestivals der Welt zu sein. Dass wir auch noch als einziges Start-up hier Österreich vertreten, macht uns besonders stolz.

**medianet:** Was sind die Lions Innovation, und wie passt da Folyo hinein?

**Klabacher:** Die Lions Innovation stehen dafür, Daten und Analytics – von denen aufgrund der immens schnellen Entwick-

lung immer mehr zur Verfügung stehen – mit der kreativen Werbewelt zu verbinden. Und genau das macht Folyo. Wir verbinden die Vorteile der digitalen Werbung mit der Präsenz der Außenwerbung.

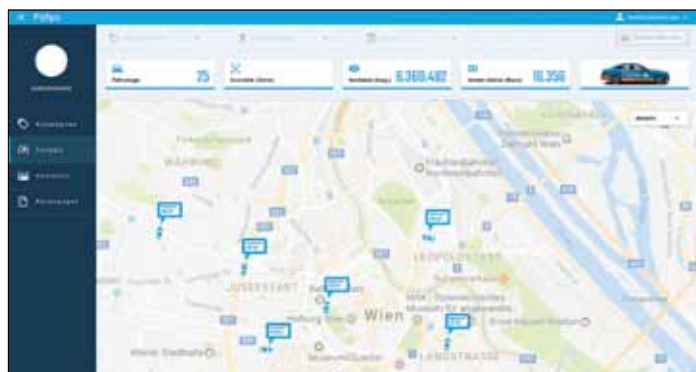
**medianet:** Wie machen sie das?

**Klabacher:** Folyo ist eine Online-Plattform, über die man track-

und messbare Außenwerbekampagnen auf Fahrzeugen buchen kann. Einer der großen Vorteile ist, dass der Kunde wirklich nur per in *real-time* gemessenen Kontaktchancen bezahlt, sprich der Kunde kauft keinen Sticker auf einem Fahrzeug, sondern *Impressions*, die auf TKP-Basis abgerechnet werden – eine Praxis, die man bisher eher aus der digitalen Werbung kannte.

**medianet:** Zum Abschluss. Welche Möglichkeiten bietet eine solche internationale Präsenz für Ihr Start-up?

**Klabacher:** Da wir unser Produkt auf andere Länder ausweiten, bzw. wir auch weitere Außenwerbe-Medien anbieten werden, ist Cannes perfekt, um neue Kontakte zu knüpfen bzw. uns mit bestehenden Kunden zu treffen. (fej)



Folyo stellt für Außenwerbung in real-time gemessene Kontaktchancen dar.