

••• Von Dinko Fejzuli

Seit dem 1. Jänner führt Franz Solta als Gewista-CEO die Geschicke des größten heimischen Außenwerbers. Nun, am Ende des Jahres, zieht er in einem ausführlichen medianet-Gespräch Bilanz über 2017.

medianet: Eine banale Frage zu Beginn: Wie war das Jahr aus der Sicht der Gewista?

Franz Solta: Es war ein tolles Jahr. Die Zeit ist sehr schnell vergangen und war für mich doch recht intensiv. Aber es ist sehr viel gelungen. 2017 war wirtschaftlich ein sehr gutes Jahr, und obwohl 2016 das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte war, können wir das Ergebnis heuer noch einmal toppen. Nicht extrem, weil der Level schon sehr hoch ist, aber wir werden im niedrigen einstelligen Prozentbereich wachsen und abermals das beste Jahr in der Geschichte der Gewista schreiben. Das ist toll, aber ganz salopp gesagt geht es auch gar nicht anders in unserem Konzern. Wir treten hier nicht im Limbo, sondern im Stabhochsprung an.

medianet: 2017 war auch ein Wahljahr – doch anders als man meinen möchte, macht Wahlwerbung während eines solchen Jahres keinen wirklich merklichen Anteil am Umsatz der Außenwerber aus ...

Solta: ... richtig, die Wahlen sind in einen Zeitraum gefallen, der ohnehin sehr gut gebucht ist, nämlich den Herbst. Wir haben einen Plakatkalender, das heißt es gibt einen Rhythmus, wann Plakate erscheinen, und die Wahl fiel genau zwischen zwei Kampagnenflights, das heißt uns ist



© Gewista/Andreas Tischler

„Es war ein tolles Jahr für die Gewista“

Auf 2016 als bestes Jahr der Geschichte legt der neue Gewista-CEO gleich in seinem ersten Jahr noch eins drauf.