

ner Hand. Megaboard – unter diesem Namen wird der Zusammenschluss weitergeführt – hat nicht nur das klassische Megaboard zu bieten, sondern bis zu 40 weitere Werbeformen: von der Folienstraßenbahn zu bedruckten Auslagen, Gerüstnetzen und allem, was im Außenwerbebereich umgesetzt werden kann.

Doch Megaboard ist nicht nur ein klassischer Außenwerber. Ab der Anfrage des Kunden ist Megaboard bestrebt, die besten Ideen und Umsetzungsmög-



© Megaboard

”

Wir kümmern uns zu 100% um die Umsetzung kreativer Ideen, wir sind die Dienstleister für die Konfiguration und haben in unserer Geschichte Dinge möglich gemacht, die früher undenkbar gewesen wären.

Michael Januskovecz
Megaboard-GF

“

lichkeiten zu finden. „Das fängt bei einem Brainstorming an und hört bei Behördengängen auf, und das alles österreichweit“, sagt Januskovecz. Man sieht sich als Dienstleister, der seit vielen Jahren als Spezialist wahrgenommen wird. „Der Kunde weiß genau: Wenn das einer lösen kann, dann wir. Wir sagen ehrlich, was möglich ist, aber

auch, was nicht möglich ist – das ist effizient und unsere Stärke.“

Bundesweite Präsenz

„Wir möchten mit Megaboard im ganzen Bundesgebiet erfolgreich vertreten sein. Und um das umzusetzen, ist Kreativität gefragt. Ist in einem Gebiet keine Werbefläche zur Verfügung, dann wird versucht, eine zu erschaffen, ob es nun flexible mobile Werbeflächen sind oder man an Hausfassaden montieren und eine fensterlose Außenwand anmieten muss – wir denken hier lösungsorientiert.“

Vielfalt & Abwechslung

Und nicht nur bei der Ideenfindung sind keine Grenzen gesetzt, auch bei der Kundenauswahl ist Januskovecz für alles offen: „Das ist mein Credo seit vielen Jahren: Bei uns wird jeder Kunde mit gleicher Wertschätzung behandelt, wir servizieren immer auf ident hohem Niveau, gleich, um welches Budget es sich handelt.“ Januskovecz sieht sich als mitverantwortlich für so manchen Kundenerfolg. Er möchte

auch für KMUs mit kleinerem Budget einen Weg finden, um sie bestmöglich zu vertreten. „Es gibt immer eine Möglichkeit!“

Neben der großen Vielfalt an Werbemöglichkeiten legt man aber auch auf die Abwechslung bei Werbeflächen großen Wert: Von großen Firmen über kleinere Ketten bis hin zu Apotheken und Start-ups möchte man, gemeinsam mit den Kreativagenturen der Kunden, Ideen schaffen, die außergewöhnlich sind und sich von der Masse abheben.

„Wir kümmern uns zu 100% um die Umsetzung kreativer Ideen, wir sind die Dienstleister für die Konfiguration und haben in unserer Geschichte Dinge möglich gemacht, die früher undenkbar gewesen wären, wie die Ummantelung des Stephansdoms oder die Werbefläche an der Votivkirche“, sagt Januskovecz stolz.

Er führt weiter aus: „Wir verstehen uns als richtigen Ansprechpartner für Riesenprojekte; die Kunden wissen, wenn sie etwas mit uns machen, dann bekommen sie beste Qualität. Hier geht es auch um größere

Summen, und da muss man sich das Vertrauen der Kunden erarbeiten.“

Auch die strengen Regulierungen am österreichischen Markt sieht Januskovecz gelassen. Er erachtet es als hohes Gut, dass Wien zum wiederholten Male zu einer der beliebtesten Städte der

”

Wir verstehen uns als richtigen Ansprechpartner für Riesenprojekte; die Kunden wissen: Wenn sie etwas mit uns machen, dann bekommen sie beste Qualität.

“

Welt gewählt wurde, und sieht dafür das Stadtbild stark in den Fokus gestellt.

Es ist für ihn kein Hindernis, sondern er sieht es als Herausforderung, um noch mehr kreative Ideen zu entwickeln. Der Kreativität sind absolut keine Grenzen gesetzt.

Digitalisierung & Co.

Zum Thema Digitalisierung orientiert man sich an den Entwicklungen des Markts, um eine sinnvolle Umsetzung im Außenwerbebereich zu gewährleisten.

Abschließend kann Januskovecz nur eines sagen: „Qualität geht immer vor Quantität, und Qualität wird sich immer durchsetzen.“