



© Infinity Media/Andreas Aust (2)

Hochfrequenz

Hohes Verkehrsaufkommen und viele Passanten dank der Nähe zu Öffi-Haltestellen bringen Werbebotschaften auf dem neuen Screen an der Triesterstraße täglich knapp 60.000 Blickkontakte.

Expansion trotz schwieriger Zeiten

Infinity Media plant neue DOOH-Standorte und hat das Sales-Team ausgebaut.

••• Von Britta Biron

WIEN. „Wie der gesamte Digital-out-of-Home-Sektor haben auch wir starke Umsatzrückgänge verzeichnen müssen“, sagt Peter Stark, CEO von Infinity Media. Schwarz blieben die Screens aber trotzdem nicht. „Wir haben über unsere Werbeflächen relevante Covid-19-Infos der Bundesregierung ausgespielt, darüber hinaus die Zeit aber auch genutzt, um Unternehmensprozesse zu optimieren und Kooperationsmöglichkeiten zu definieren.“

Sharing Economy-Konzept ... Mit Prognosen über die künftige Marktentwicklung ist Stark vorsichtig – nicht nur wegen der weiterhin bestehenden Unsicherheiten durch die Pandemie, sondern auch, weil langfristige Werbeplanungen generell zurückgehen und stattdessen zunehmend kurzfristig gebucht

werde. Insgesamt ist er aber vorsichtig optimistisch.

„An unseren Expansionsplänen halten wir weiter fest; derzeit liegt der Fokus auf Wien.“

... kommt gut an

Aktuell verfügt Infinity Media in der Bundeshauptstadt über 14 Standorte. Der jüngste befindet sich am Beginn der Triesterstraße. Die Lage bietet wegen des starken Verkehrsaufkommens und der Nähe zu U-, Schnell- und Straßenbahnstationen knapp 60.000 Blickkontakte täglich.

Neue Standorte sind in der Innenstadt sowie in Fußgängerzonen geplant. Ab dem nächsten Jahr will man sich verstärkt dem Ausbau der Präsenz in den Bundesländern widmen – momentan betreibt Infinity Media sechs Standorte an den Bahnhöfen St. Pölten, Graz, Klagenfurt, Innsbruck, Linz und Salzburg.

Generell sieht Stark die Voraussetzungen für den Ausbau

positiv: „Wir setzen auf Sharing Economy und bieten unseren Partnern die Möglichkeit eines Zusatzeinkommens für bisher ungenutzten (Fenster)Flächen. Seit Ausbruch der Pandemie sehen wir, dass vor allem von eigentümergeführten Unternehmen das Interesse an einer

”

Mit unseren innovativen Produkten bieten wir Unternehmen die Möglichkeit, ihr volles Werbepotenzial auszuschöpfen.

Dominik Traummüller
Country Manager

“



Zusammenarbeit gestiegen ist.“ Gute Chancen sieht der Infinity Media-Chef auch für das zweite Produkt im Sortiment: „Wir haben die DigiPops erstmals auf der Fachmesse marke(ding) präsentiert und die Resonanz war sehr positiv. Außerdem haben wir unsere Vertriebsabteilung vergrößert.“

Vertriebsexperte

Neu im Team ist Dominik Traummüller, der über langjährige Sales-Erfahrung in unterschiedlichen Branchen verfügt und als Country Manager fungiert: „Mein Schwerpunkt liegt darin, Unternehmen zu beraten und für unsere innovativen Produkte zu begeistern, sodass sie ihr volles Werbepotenzial ausschöpfen können.“