

... Von Dinko Fejzuli

**V**ermarkter Goldbach Austria hat vor gut zwei Jahren den nächsten Schritt gewagt und neben fremden Screens auch ein eigenes Netzwerk geschaffen, welches man stetig auf verschiedenen Ebenen weiterentwickelt. **medianet** bat Josef Almer, Managing Director Goldbach Austria, um eine Zwischenbilanz.

**medianet:** Goldbach Austria betreibt seit zwei Jahren ein Netzwerk mit eigenen Screens. Bevor ich Sie um eine kurze Bilanz bitte – wie kam es überhaupt zur Entscheidung für eigene Goldbach-Screens?

**Josef Almer:** Wir haben bereits 2011 mit der DOOH-Vermarktung begonnen und über die Jahre ein Netzwerk mit heute 34 Partnern und mehr als 9.000 Screens an über 1.300 Standorten in ganz Österreich aggregieren können.

Und trotz dieser Vielzahl an Partnern und Standorten haben wir bemerkt, dass es immer noch ‚weiße Flecken‘ auf der Landkarte gibt. Gleichzeitig hat es eine immer höhere Nachfrage gegeben – weil durch die programmatische und datengetriebene



# Digitales Jubiläum

Goldbach Austria launchte vor zwei Jahren ein eigenes Screen-Netzwerk – Josef Almer zieht Zwischenbilanz.

”

*Mit einer Fläche von 140 Quadratmetern sprechen wir hier von der drittgrößten LED-Werbefläche in Österreich.*

**Josef Almer**  
Managing Director  
Goldbach Austria

“

Buchbarkeit der DOOH-Screens die Vorteile des Kanals für viele werbetreibende Kunden immer klarer erkennbar wurden.

Nach einer gründlichen Analyse und in Abstimmung mit unserem Eigentümer haben wir uns schließlich dazu entschieden, in eigene Screens zu investieren. Durch diesen Schritt verstehen wir auch die Bedürfnisse und Themen der Partner viel besser, können mit ihnen auf Augenhöhe zusammenarbeiten und neue Entwicklungen am österreichischen OOH-Markt gemeinsam vorantreiben.

**medianet:** Wie läuft es nun, nach zwei Jahren?

**Almer:** Wir betrachten unsere eigenen Standorte nicht ‚stand alone‘, sondern immer als Teil unseres Netzwerks. Mittlerweile haben wir 112 Screens an 91 Standorten errichtet und in Betrieb. Zudem haben wir seit Jahresbeginn eine direkte Partnerschaft mit Unibail-Rodamco-Westfield und dürfen die großen Screens in den Shopping Malls Westfield Donau Zentrum und Westfield Shopping City Süd exklusiv vermarkten. Ebenso konnten wir erst kürzlich eine

Kooperation mit Airport Media zur Vermarktung der digitalen Werbescreens am Flughafen Wien fixieren. All diese Screens fügen sich hervorragend in unser Netzwerk ein, sodass wir letztes Jahr, aber auch in diesem Jahr, bisher deutlich über Markt wachsen konnten.

**medianet:** Bleiben wir beim Thema Screens. Aktuell lassen Sie auch mit dem sogenannten Iconic Screen am Galaxy Fitness Center in Brunn am Gebirge aufhören. Für wen ist so eine Werbefläche besonders geeignet?