



© Megaboard/Andreas Buchberger

„Megaboard ist nicht nur Werbung allein“

Der Außenwerbespezialist rückt durch eine Neu-Clusterung seiner Produkte Fassaden, Gerüste und „Mega-Boards“ mehr in den Fokus.

Neu im Portfolio

Nicht nur der Standort Wiener Rathaus ist neu, sondern künftig auch die Produktgruppen bei Megaboard.

••• Von Dinko Fejzuli

Der Großflächenspezialist Megaboard verfügt über eine neue Werbefläche an einem von Wiens Top-Hotspots: Ab November 2019 bis voraussichtlich September 2020 steht das Megagerüst am Wiener Rathaus für werbliche Nutzung zur Verfügung. Kunden können ihre Werbebotschaften an die-

sem Standort auf rund 450 m² impactstark in Szene setzen.

Doch nicht nur der Wiener Standort Rathaus ist neu, sondern auch die Produktstruktur von Megaboard, die sich künftig in drei Teilbereiche gliedert und die Cluster „Mega-Fassade“, „Mega-Gerüst“ und eben „Mega-Board“.

medianet bat aus Anlass der Produktumstellung CEO Michael Januskovecz zum Interview.

medianet: Herr Januskovecz, Megaboard benennt seine Produkte neu in Megafassaden, Megagerüste und Megaboards. Wie sieht die Unterscheidung aus und welche Idee steckt hinter der Umstellung der Produkt-Cluster?

Michael Januskovecz: Genauso wie Außenwerbung nicht nur Plakat ist, ist auch Megaboard nicht nur Werbung entlang von Autobahnen und Haupteinzugs-

straßen. Um allen Werbeformen die Aufmerksamkeit zu schenken, die sie verdienen, rücken wir unsere Eigenflächen auf Megafassaden, Megagerüsten und Megaboards gezielt in den Fokus. Außerdem positionieren wir uns klar: Bei uns gibt es nicht gewöhnliche Gerüstwerbung. Bei uns gibt es nicht gewöhnliche Fassadenwerbung auf Feuermauern. Nur bei uns gibt es Megagerüste.