

Bettina Schuckert tritt als neue Marketingleiterin bei Gewista an!

Bettina Schuckert übernimmt die Marketingleitung bei Gewista. Über 20 Jahre Erfahrung in der Branche und Expertise in Innovation.



Österreich - Bettina Schuckert hat zum 24. Juni 2025 die Marketingleitung bei Gewista übernommen, einem der führenden Unternehmen im Bereich Out-of-Home-Werbung in Österreich. Zuvor war sie Chief Executive Officer (CEO) von dentsu Österreich, wo ihr Abschied Ende 2024 angekündigt wurde. Schuckert bringt über 20 Jahre Erfahrung in Leitungsfunktionen auf nationaler und internationaler Ebene mit, die sie in verschiedenen Branchen sammeln konnte.

Bevor sie zu dentsu kam, arbeitete Schuckert als Marketing- und Kommunikationsleiterin bei kika/Leiner, wo sie umfassende Verantwortlichkeiten in den Bereichen Media, Customer-Relationship-Management und Marken-Neupositionierung

übernahm. Ihr Einsatz in Marketing, Kommunikation und CRM unterstreicht ihre fachliche Expertise, die Andrea Groh, CSO bei Gewista, in Bezug auf Schuckerts Branchenkenntnis und ihr Verständnis für Kunden hervorhebt. Auch Franz Solta, CEO von Gewista, betont ihr strategisches Denken sowie ihre Innovationskraft.

Erfahrungen und Strategien

In ihrer neuen Rolle bei Gewista wird Schuckert die Weiterentwicklung innovativer Marketingstrategien vorantreiben. Ihre Philosophie basiert auf der Bedeutung integrierter Lösungen, die sie bereits bei dentsu betonte. Sie sieht das Potenzial in der Verbindung verschiedener Marketingansätze, um das Gesamtangebot für Kunden zu optimieren. Ihre lokale Marktkenntnis und das Verständnis für datengestützte Erkenntnisse sind entscheidend für die strategische Ausrichtung von Gewista.

Das Wachstum im Out-of-Home-Bereich wird durch zahlreiche Faktoren begünstigt. Technologische Fortschritte und verbesserte Analysemethoden führen dazu, dass digitale Werbeflächen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Laut einem Bericht auf **PROJEKTUNION** stiegen die Ausgaben für OoH-Werbung im ersten Halbjahr 2023 um 6 % auf 1,2 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr. Dies zeigt, dass der Markt für digitale Plakatformate mehr als 30 Millionen Euro Umsatzgewinn verzeichnete.

Nachhaltigkeit und Innovation im Out-of-Home-Markt

Die Integration von digitalen Medien in die Out-of-Home-Werbung, insbesondere durch programmatische DOoH (Digital Out of Home), ermöglicht automatisierte Kauf- und Verkaufsprozesse in Echtzeit. Diese Entwicklung wird als ein entscheidender Trend für die Zukunft angesehen. Zudem

fördern folgende Faktoren das Wachstum von OoH-Werbung:

- Technologische Fortschritte
- Kreativität und Innovation
- Integration mit digitalen Medien
- Zielgenaue, standortbasierte Werbung

Die Diskussion um Energieeffizienz gewinnt ebenfalls an Bedeutung. Zulieferer der Out-of-Home-Branche reduzieren den Stromverbrauch von beleuchteten Anlagen um bis zu 80 % durch innovative Technologie. Dieser Fokus auf Nachhaltigkeit wird auch von Schuckert in ihren neuen Strategien berücksichtigt, da der Werbemarkt sich zunehmend Richtung öffentlicher Verantwortung und Umweltbewusstsein entwickelt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Bettina Schuckert mit ihrer Erfahrung und Expertise in der Marketing- und Kommunikationsbranche eine vielversprechende Perspektive für Gewista bietet. Die zunehmend vernetzten und nachhaltigen Ansätze im Out-of-Home-Markt könnten neue Wachstumschancen eröffnen und das Unternehmen in eine florierende Zukunft führen.

Für weitere Informationen zur Karriere von Bettina Schuckert beschreibt **LEADERSNET** ihre wichtigsten Stationen und Erfolge, während **dentsu** einen detaillierten Überblick über ihre Tätigkeiten als CEO bietet.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	• www.leadersnet.at • www.dentsu.com • www.projektunion.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at