**Medieninformation**

**Digitale Transformation fordert rasches und innovatives Handeln: So funktioniert der internationale Marketing-Mix für den Handel**

**Als Handelsunternehmen oder Markenhersteller ist es eine große Herausforderung, sich in der komplexen Welt des digitalen Handelsmarketings zurechtzufinden. Internationale Agilität und ein Gespür für den richtigen lokalen Media-Mix sind unerlässlich, um in unterschiedlichen Märkten erfolgreich zu sein. Die Offerista Group bietet ihren Kunden länderübergreifende Expertise und maßgeschneiderte digitale Lösungen, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind. Oliver Olschewski ist sowohl CEO der Offerista Group Austria als auch der Offerista Group Poland, Hungary, Romania sowie Bulgaria und gibt im Folgenden einen Einblick, wie Unternehmen davon profitieren können und wie der internationale Marketing-Mix funktionieren kann.**

Wien, 5. April 2023.Von Wien über Budapest bis hin nach Sofia – Oliver Olschewski verantwortet als CEO sowohl Österreich als auch die CEE-Länder. Seit 2014 ist er Geschäftsführer in Österreich und konzentriert sich seit 2022 durch die [Ausweitung seiner Verantwortung auf die CEE-Länder](https://www.offerista.com/at/oliver-olschweski-wird-ceo-der-offerista-group-der-cee-laender/) primär auf die weitere Internationalisierung der Offerista Group, Europas größtem Spezialisten für digitales Handelsmarketing.

Einzelhandelsunternehmen, die international tätig sind und in neue Märkte expandieren wollen, haben es schwer, in der komplexen Welt der digitalen Werbung mitzuhalten, wenn sie nicht über das entsprechende Fachwissen und die Kenntnis der europäischen Kommunikations- und Medienlandschaft verfügen. Herausforderungen wie Sprachbarrieren, Währungsunterschiede, unterschiedliche Verbrauchereinstellungen, nicht standardisierte KPIs und spezifische Werbevorschriften stellen erhebliche Hindernisse für expandierende Marken und Hersteller dar.

**Angebote nur übersetzen – reicht nicht**

**„**Seine Angebote einfach auf Englisch zu übersetzen und online zu stellen, um neue Kunden in Mittel- und Osteuropa zu finden, funktioniert nicht“, so Olschewski. Zudem erschweren die geringere Kaufkraft und unterschiedlichen Kaufinteressen in Rumänien, Ungarn oder Bulgarien eine pan-europäische Media-Mix-Planung für den Handel.

Für internationale Kunden genau diese Problemstellungen zu lösen, das ist die Aufgabe von Oliver Olschewski, der seinen Sitz am Wiener Standort hat, aber oft in Osteuropa unterwegs ist. Er garantiert den zielgruppengerechten Informations- und Kommunikationsfluss innerhalb des Unternehmens an allen Standorten, damit Kampagnen für Handelsunternehmen in 17 unterschiedlichen Ländern erfolgreich umsetzbar sind.

**Alles aus einer Hand reduziert Komplexität**

Um Handelsunternehmen und Markenherstellern länderübergreifend digitale Lösungen anbieten zu können, braucht es lokale Expert:innen, viel Knowhow und Servicequalität. Die passenden Strukturen dafür hat Olschewski geschaffen und ist stetig auf der Suche nach neuen, international skalierbaren Marketingmaßnahmen für das Handelsmarketing auf europaweiter Basis.

„Wir begleiten kanalübergreifend mehr als 1.600 internationale Handels- und Herstellermarken und realisieren mit effektiven Cross-Channel-Lösungen deren standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing – und das in über 17 Ländern gleichzeitig. Durch unser Netzwerk mit über 1.400 Plattformen verfügt die Offerista Group bereits heute über eine marktführende Reichweite und diese Marktführerschaft in Europa soll noch wesentlich gestärkt und weiter ausgebaut werden“, so Olschewski. Warum expandiert die Offerista Group nicht in noch mehr Länder? Olschewski geht es um den Fokus: „Zu viele Dinge gleichzeitig zu starten, würde diesen verlieren. 2023 ist Polen sicherlich einer der Hauptmärkte, aber auch der kontinuierliche Aufbau in Ungarn.“

Die Offerista Group ist Teil der MEDIA Central Group, zu der auch das klassische Printgeschäft und Werbewirksamkeitsmessungen gehören. Als Verbund arbeitet das Unternehmen an einer organischen und anorganischen Wachstumsstrategie, um noch bessere 360-Grad-Services für seine Kunden zu bieten. Eine Neuorientierung und stetige Verbesserung sind dabei zentrale Elemente der Unternehmensphilosophie.

**Für international agierende Händler ist die relevante Marketing-Welt sehr zerklüftet**

Neben den beschriebenen Herausforderungen finden sich für global tätige und digital werbende Marketers jenseits der Landesgrenze unterschiedlichste Messgrößen ohne vergleichbare Standards. Die Schwierigkeit entsteht bereits bei der Buchung und multipliziert sich bei der Messung der Werbewirkung einzelner Kanäle sowie deren Optimierung. „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Kunden von dieser Last zu befreien. Von der Erstellung von Werbematerialien über die Beratung bei der Implementierung und Optimierung bis hin zur Erstellung einheitlicher Berichte bieten wir eine All-in-One-Lösung“, so Olschewski.

„Digitale Transformation fordert rasches und innovatives Handeln. Wir können mit unserem digitalen Angebotsportfolio länderspezifisch und grenzenlos Werbung ganz gezielt lokal aussteuern und personalisieren“, so Olschewski weiter. „Dabei ist jeder Kunde in jedem Land anders und daher ist immer eine individuelle Betrachtung und Abwägung notwendig. Exakt darauf sind wir spezialisiert.“

**Case Studies belegen Erfolg**

„Dass wir ein quantifizierbares Mehr an Sichtbarkeit, Reichweite und neuen Zielgruppen auf dem internationalen Parkett erreichen, belegen wir gerne beispielsweise mit zwei Case Studies von [LIDL](https://www.offerista.com/casestudy-lidl-bg/) („über 63% Steigerung der Sessions im Prospekt“) und [KiK](https://www.offerista.com/casestudy-kik/) („Besucherquote auf bis zu 19 Prozent“) und freuen uns über das Feedback der Kunden, wie „wir konnten unsere Aufwände minimieren“ als auch „das transparente Reporting bot uns jederzeit Einblick in die Performance.“

„So konnten wir zeigen, dass wir mit smarten und grenzenlosen Lösungen mehr als 125 Millionen Konsument:innen auch mit wöchentlich wechselnden Angeboten europaweit erreichen“, so Olschewski.

Die Pressemeldung gibt es auch online: <https://www.offerista.com/at/presse/digitale-loesungen-fuer-europaweites-handelsmarketing?utm_source=pr_oliver_international>

**Bildmaterial:** Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria und der CEE-Länder

Fotonachweis: © Natalie Paloma, Offerista Group Austria

**Über Offerista Group Austria**

Offerista Group Austria ist der Experte für Handelsmarketing, der dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhilft. wogibtswas.at ist Österreichs größtes Aktionsportal. Jedoch geht mittlerweile das Leistungsspektrum weit darüber hinaus. Mit innovativen technischen Lösungen wird das Produktportfolio immer weiter ausgebaut, um den Kund:innen allumfassende Lösungen für ihren Online-Auftritt zu bieten. Im Jahr 2018 wurde wogibtswas.at zu 100 Prozent von der Offerista Group übernommen. Im August 2020 erfolgte die Namensumbenennung in Offerista Group Austria. wogibtswas.at blieb als eigene Marke für das B2C-Portal bestehen. Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)

**Über die Offerista Group**

Die [Offerista Group](http://www.offerista.com/) ist Europas größtes Netzwerk für digitales Handelsmarketing und bietet länderübergreifend digitale Lösungen für Handelsunternehmen und Markenhersteller. Standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing wird mit effektiven Cross-Channel-Lösungen umgesetzt. So können Händler und Marken gezielt ihre Zielgruppen aktivieren und binden – und das in über 16 Ländern. Dafür setzt Offerista auf eine kanalübergreifende dynamische Angebotskommunikation in internationalen nativen Premium-Umfeldern, wie Microsoft Bing oder der bring! Einkaufsliste, sowie auf reichweitenstarke Werbe- und Social Media Kanäle, wie z.B.  TikTok, Pinterest oder Instagram.

Das über 150-köpfige Team begleitet kanalübergreifend mehr als 1.600 internationale Handels- und Herstellermarken entlang der Customer Journey. Zusätzlich zum Hauptsitz in Berlin ist Offerista in Dresden, Essen, Wien, Sofia, Warschau, Budapest und Bukarest vertreten. Geschäftsführer sind Tobias Bräuer und Benjamin Thym. Seit 2021 ist die Offerista Group Teil der MEDIA Central Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Mönchengladbach, die heute circa 400 Mitarbeiter:innen beschäftigt.

**Pressekontakt Offerista Group Austria**

Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR
Praterstraße 1 | weXelerate Space 12 | 1020 Wien
T: +43 699 120 895 59
alexandra.vasak@reiterpr.com