# +++ BITTE SPERRFRIST BEACHTEN: Dienstag, 12. Juli 2022, 9.00 Uhr +++

# Medieninformation

**Print & digital vereint: Local Media Mix Modelling revolutioniert das Handelsmarketing**

**Die MEDIA Central Gruppe, führender Anbieter für datenbasiertes 360° Drive-to-Store-Marketing, schafft mit Local Media Mix Modelling eine innovative Lösung für standortbasiertes Handelsmarketing.**

Wien, 12. Juli 2022. Gerade der stationäre Handel sieht sich mit enormen Herausforderungen konfrontiert: Die Folgen der Corona-Pandemie, die zunehmende Inflation und die Auswirkungen der Ukraine-Krise sorgen für steigende Preise und Energieversorgungsengpässe. Das setzt einerseits die Konsument:innen unter Druck, die immer preissensibler werden, und sorgt gleichzeitig für steigende Kosten bei den Werbetreibenden, etwa durch die gestiegenen Papierpreise. In dieser sich transformierenden Zeit kommt es darauf an, die vorhandenen Ressourcen optimal zu nutzen.

Eine weitere Herausforderung: Kein Händlerstandort gleicht dem anderen, jeder Standort hat seine individuellen und lokalen Besonderheiten. Viele Rahmenbedingungen, wie der Wettbewerbsdruck, die digitale Affinität der Bevölkerung oder auch Werbeverweigererquoten schwanken dabei hyperlokal sehr. Die MEDIA Central Gruppe, bestehend aus der MEDIA Central, Marktführer in der haptischen Angebotskommunikation, Offerista, Europas größten Netzwerks für digitales Handelsmarketing, und Yagora, Spezialist für Data Analystik und Data-Science, schafft mit dem neuen Produkt namens Local Media Mix Modelling, kurz LM³, eine innovative Lösung für standortbasiertes Handelsmarketing und macht sich dabei die jahrzehntelange Expertise am Markt zunutze.

So werden erstmals die Vorteile des klassischen Printmarketings mit den Benefits der digitalen Welt vereint. Neben dem einzigartigen Reichweitennetzwerk der Offerista Group mit über 1.400 unabhängigen Partner:innen bezieht die MEDIA Central Gruppe dabei zielgerichtet und intelligent alle am Markt zur Verfügung stehenden Anbieter für digitale Angebotskommunikation und weitere Kanäle, wie beispielsweise Radio oder Out-of-Home, in die geo-intelligenten und zielgruppengerechten Handlungsempfehlungen für Werbetreibende mit ein.

Aus dem 360°-Lösungsansatz heraus, der printbasierte und digitale Angebotskommunikation synergetisch betrachtet, schafft der Marktführer mit Local Media Mix Modelling ein Produkt, um konvergente Angebotskommunikation zu optimieren: LM³ analysiert Rahmenbedingungen jedes individuellen Händlerstandorts durch automatisierte räumliche Datenmodellierung und ermittelt so den bestmöglichen Einsatz von Print- und Digitalmarketing für Handelsunternehmen. Dabei handelt es sich um einen kontinuierlichen Prozess, der mit jeder Ausspielung lernt und immer weiter optimiert wird. In die Analyse fließen dabei, auf Basis von Data- und Geo-Intelligence, die standortspezifischen Faktoren eines jeden Werbegebiets ein und ergeben so den optimalen Print- und Digitaleinsatz – aus einer Hand. Mit der Integration des datenbasierten Analyse- und Beratungsdienstleisters Yagora in die MEDIA Central Gruppe wird die Kampagnenmessbarkeit von der Produktebene bis hin zur Konversion der generierten Kundenfrequenz im Umsatz pro Filiale professionalisiert.

Ingo Wienand, CEO der MEDIA Central Gruppe, ergänzt: „Die MEDIA Central Gruppe als Lösungsanbieter schafft mit Local Media Mix Modelling die innovativste Lösung am Markt, welches unseren Kund:innen die lokal optimierte Ausspielung von Kampagnen ermöglicht, bei gleichzeitig maximaler Flexibilität in einem immer dynamischeren Markt. Anstatt Silodenken schaffen wir so einen völlig neuen Ansatz, der optimal an die sich ändernden Marktgegebenheiten ausgerichtet ist.“

Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria, sagt: „Das Ziel, welches wir mit Local Media Mix Modelling verfolgen, ist, den Mediaeinsatz unserer Handelskund:innen für jede ihrer Filialen durch die Analyse relevanter Einflussfaktoren mittels unserer AdTech kontinuierlich zu optimieren, maximal effizient zu gestalten und die Handelsunternehmen so bei dem Transformationsprozess, der aktuell stattfindet, zu begleiten.“

**Bildmaterial**: Local Media Mix Modelling vereint Print und digital.   
Fotonachweis: © 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 17 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 500 Mitarbeiter:innen beschäftigt.

**Über die MEDIA Central**

MEDIA Central ist der unabhängige Reichweitenmanager für den Handel mit Hauptsitz in Mönchengladbach und weiteren Standorten in Prag und Warschau. In 23 europäischen Ländern verbreitet MEDIA Central die Werbebotschaften seiner Kunden auf Basis branchenführender Geo-Daten maximal effizient. Als Marktführer in der unadressierten Haushaltswerbung steuert MEDIA Central jährlich über 15 Milliarden Prospekte. Das Kunden-Portfolio der Agentur umfasst mehr als 100 Unternehmen aller Branchen. MEDIA Central wurde 1997 gegründet und ist Teil der MEDIA Central Gruppe, die heute knapp 500 Mitarbeiter 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](mailto:alexandra.vasak@reiterpr.com)