**Medieninformation**

**Bosch Jubiläums-Kampagne von Offerista: Mit interaktivem Werbeformat zu hoher Awareness**

**Im Dezember 2017 eröffnete Bosch in Wien seinen ersten Flagship-Store für Hausgeräte in Europa, mittlerweile sind es fünf Filialen sowie ein Online-Shop in Österreich. Bosch feiert dieses fünfjährige Jubiläum und der Spezialist für Handelsmarketing, die Offerista Group, hat das mit einer reichweitenstarken Jubiläums-Kampagne begleitet.**

Wien, 7. Dezember 2022. Bosch feiert fünfjähriges Jubiläum seiner Hausgeräte Stores, denn vor fünf Jahren eröffnete der erste Store in ganz Europa. Auf rund 400 Quadratmetern dreht sich in dem ersten eigenen Bosch Hausgeräte Store in Wien alles um Kochen, Backen, Spülen, Waschen und Saubermachen – alles aus dem Hause des deutschen Traditionsherstellers. Attraktive Aktionen, wie bis zu 25 Prozent Preisnachlass auf Bosch Hausgeräte, sollten die Kunden in mittlerweile fünf eröffnete Geschäfte locken.

**Die Kampagnenziele im Fokus**

Ziel der Kampagne war es, eine gesteigerte Awareness in der Zielgruppe zu erreichen sowie Abverkäufe in ausgewählten Stores vor Ort und Online zu bewerben. Aktionsangebote wurden über diverse Digitalkanäle verteilt und reichweitenstark beworben. Für die dynamische, digitale sowie interaktive Bewerbung wurde die Offerista-Lösung [Discover](https://offerista.com/at/loesungen/offerista-discover/) herangezogen. Im Fokus standen unterschiedliche Bosch Produktwelten im mobil-optimiertem Stöber-Feed, um die Reichweite und den Erfolg nach Produktkategorien aufzuteilen und im Nachgang auch messen zu können. Die Weiterentwicklung des statischen PDF-Flugblattes erlaubt Bosch zusätzlich enorme Flexibilität bei der Bewerbung. Aktuelle Produkte und Aktionen können durch den Produktfeed praktisch jederzeit getauscht werden. Somit werden gezielt die richtigen Personen angesprochen und eine besonders positive Resonanz geschaffen.

**Umsetzung der Kampagne**

Das auf Produktdaten basierende Format erweist sich für die Jubiläumskampagne von Bosch als die Lösung, weil sie Offlineshopping mit den Vorteilen des Online-Shoppings vereint. Durch die lokaloptimierte Aussteuerung um alle fünf Standorte werden lokale Angebote zielgerichtet an potenzielle Konsument:innen ausgespielt. Zusätzlich wurde die lokale Zielgruppenaktivierung via Push-Nachrichten direkt auf den Sperrbildschirm der User im Umkreis der fünf ausgewählten Stores in Österreich forciert, um Kund:innen noch gezielter zu aktivieren.

**Die Ergebnisse**

Die Kampagne lieferte Resultate weit über der Benchmark: Es konnten mittels Push Notifications Click-Through-Rates (CTR) von bis zu 30 Prozent generiert werden. Die CTR in den Onlineshop von Bosch lag bei 6 Prozent, die aufgrund der hohen Sichtbarkeit (>1 Mio. Ad Impressions um die Stores) erreicht werden konnte. Da das produktdaten-basierte Format “Discover” flexibler ist als herkömmliche Angebotsprospekte und freien Spielraum für wechselnde Produkte, Aktionen und Informationen bietet, konnte die Kampagne optimal geplant und der Produktfeed bei Bedarf laufend optimiert werden.

„Die Zukunft des Handelsmarketings ist dynamisch. Mit Offerista Discover ist es uns gelungen, dass unsere Kundinnen und Kunden in einer Angebotswelt ganz ohne das klassische Flugblatt noch beweglicher werden. Für Bosch konnten wir die Vorteile, die Offerista Discover bietet, einmal mehr unter Beweis stellen“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

„Für unsere Jubiläumskampagne ‚5 Jahre Bosch Hausgeräte Stores in Österreich‘ haben wir mit Offerista einen verlässlichen Partner an der Seite gehabt. Durch die lokal optimierten Produktwelten konnte eine sehr hohe Awareness für unsere Jubiläumsaktionen generiert werden und in dem Zusammenspiel mit den store-basierten Push-Notifications unsere Zielgruppe passgenau aktiviert und die Stores und den Online-Shop gelockt werden“, sagt Michael Dörflinger von D2C Marketing Management Central Europe der BSH Home Appliances Group.

Gerne steht Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria Journalist:innen auch zu einem Interview über die Jubiläumsaktionen und Offeristas Beitrag zur Verfügung. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an alexandra.vasak@reiterpr.com.

**Krisenbewältigung mit Offerista**

Bosch Hausgeräte Österreich ist ein wichtiger, aber natürlich nicht der einzige Referenzkunde für Offerista. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Berlin sieht sich mit 125 Millionen Konsument:innen sowie über 1.600 Händlern und Marken, die seine Lösungen nutzen, als der Spezialist, wenn es um die Transformation des Handels in Europa geht. Zum Lösungsportfolio zählen neben dem Discover Productfeed und Push-Notifications viele weitere kanalübergreifende Lösungen, welche Konsument:innen entlang der gesamten Customer Journey abholen und zur richtigen Zeit am richtigen Ort ansprechen. Möglich gemacht wird die zielgerichtete Ansprache durch das große Netzwerk von mehr als 1.400 Plattformen und Apps, wozu beispielsweise Stocard, Bring! oder neuerdings auch Salzburg24 zählen. Je nach Zielstellung werden Neukund:innen erreicht, Bestandskund:innen gebunden oder Konsument:innen direkt zum Kauf aktiviert.

Mehr zur Kampagne gibt es hier:

<https://www.offerista.com/at/bosch-feiert-5-jahre-bosch-hausgeraete-stores-in-oesterreich-mit-offerista-discover/?utm_source=presse_bosch>

Die Pressemeldung gibt es auch online: <https://www.offerista.com/at/presse/bosch-jubilaeums-kampagne-von-offerista-mit-interaktivem-werbeformat-zu-hoher-awareness?utm_source=presse_bosch>

**Bildmaterial:** Bosch feiert mit Offerista Discover sein fünfjähriges Jubiläum der Haushaltsgeräte Stores.

Fotonachweis: © Offerista Group Austria

Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria

Fotonachweis: © Natalie Paloma, Offerista Group Austria

Michael Dörflinger von D2C Marketing Management Central Europe der BSH Home Appliances Group

Fotonachweis: © BSH Home Appliances Group

**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 130-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