# Medieninformation

**Handelskommunikation: Bauen und Wohnen ist ein Corona-Gewinner**

**Der Bereich Bauen, Wohnen und Garten ist ein Gewinner der Corona-Krise. Das belegen die Zahlen der Offerista Group Austria. Der Experte für standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing analysierte die Performance digitaler Flugblätter in Kampagnen des österreichischen Baumarkt- und Möbelhandels vom jeweils 1. April bis 31. Mai in den Jahren 2019, 2020 und 2021.**

Wien, 16. Juni 2021. Cocooning ist seit längerem ein Lifestyle-Trend. Geprägt wurde der Begriff bereits 1981 von der US-amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn. Die Konzentration auf die Wohnung als Mittelpunkt und Rückzugsort (Cocooning), sowie das aktive und gemütliche Ausgestalten und Einrichten (Hygge) haben sich seit Beginn des Jahres 2020 nochmals deutlich verstärkt. Denn mit dem Auftreten von Corona haben die Staaten den Menschen zusätzlich noch eine Cocooning-Zeit, also eine Rückzugszeit in die eigenen vier Wände, auferlegt, um die Corona-Pandemie in den Griff zu bekommen. Offerista Group Austria sah sich im Folgenden die Auswirkungen von Cocooning und Hygge auf die Angebotskommunikation im Bereich Bauen, Wohnen und Garten in Österreich an.

Der Anteil derer, die digitale Flugblätter öffneten und dann in diesen auf die Landingpages oder Online-Shops der Händler weiterklickten (Click-Through-Rates) stieg von 1,38 Prozent 2019 auf 3,25 Prozent im Jahr 2020. 2021 erreichten die Click-outs den höchsten Wert mit 9,87 Prozent. Das entspricht einer Steigerung von insgesamt 615,22 Prozent.

Auch die Zeit, die ein Nutzer durchschnittlich mit einem digitalen Werbeprospekt verbringt, stieg im Bereich Bauen und Wohnen 2020 auf 56,61 Sekunden an. 2019 verbrachten interessierte Nutzer noch 52,06 Sekunden mit den digitalen Angeboten. 2021 erhöhte sich die Verweildauer noch einmal deutlich auf 77,77 Sekunden. Mit der höheren Verweildauer geht eine intensivere Nutzung einher. Die Anzahl der durchgeblätterten Seiten pro Werbeprospekt stieg von 2019 mit 10,64 Seiten auf 18,24 Seiten im Jahr 2021.

„Die Liebe der Österreicher nach Do-It-Yourself-Projekten, Umgestalten, Streichen, Hämmern, Werken, Balkon-Aufpimpen und Gartengestalten hat sich durch Corona nochmals deutlich verstärkt und sich auch in der Angebotssuche niedergeschlagen. Im direkten Vergleich zu den beiden Vorjahren sehen wir, dass die Click-Through-Raten auf die Händlerseiten deutlich zugelegt, ebenso wie die Verweildauer und die intensivere Nutzung. Wir gehen davon aus, dass der Bereich Bauen, Wohnen und Garten künftig noch bessere Zahlen aufweisen wird, denn der Cocooning-Trend hält nach wie vor an“, so Oliver Olschewski, CEO von Offerista Group Austria.

Der Link zur Pressemeldung: <https://www.offerista.com/at/pm-bauen-und-wohnen-ist-ein-corona-gewinner/>

**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 Kunden 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 bleibt als eigene Marke für das B2C-Portal bestehen.
Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)

**Über die Offerista Group**

Als Shopper Marketing Network bietet die [Offerista Group GmbH](http://www.offerista.com/) individuell ausgerichtete, digitale Lösungen für standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing. Mit Cross-Channel Kampagnen werden Werbebotschaften reichweitenstark über verschiedene nutzerrelevante Kanäle transportiert. Marken können Konsumenten so neugierig auf Produkte machen und sie in ihre Filialen locken. Mit einem Team von mehr als 120 Mitarbeitern in Europa begleitet und berät Offerista über 1.600 internationale Handels- und Herstellermarken aus allen Branchen kanalübergreifend entlang ihrer Customer Journey. Zusätzlich zum Hauptsitz in Dresden zählen Berlin, Essen, Wien, Sofia, Budapest und Bukarest als weitere Standorte. Geschäftsführer sind Tobias Bräuer und Benjamin Thym.

Offerista gehört zu den drei Initiatoren der 2021 ins Leben gerufenen [„Initiative Digitale Handelskommunikation“](https://www.offerista.com/pm-idh-initiative-digitale-handelskommunikation-startet/) (kurz IDH).  Ziel der Gattungsinitiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen.

**Pressekontakt Offerista Group Austria**

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