**Medieninformation**

 **Im Zeichen der Nachhaltigkeit: Offerista Group wurde 2020 klimaneutral**

**Umwelt und Klimaschutz gehören bei der Offerista Group – zu der auch Offerista Group Austria zählt – zur gelebten Realität. Mit Produkten, die es Kunden möglich machen, ganz papierfrei zu werben, setzt man sich schon lange für die Umwelt ein. 2020 wurden aber weitere Schritte im Bereich Nachhaltigkeitsengagement gesetzt. Gemeinsam mit ClimatePartner ist es gelungen, den Offerista “Kohlenstoff-Fußabdruck” mit 202,8 t CO2 Emissionen auszugleichen.**

Wien, 15. Dezember 2020. Mit dem Ausgleich der Unternehmensemissionen setzt Offerista ein Zeichen zum Klimaschutz. Gemeinsam mit ClimatePartner wurden die relevanten CO2-Emissionsquellen des Betriebs erfasst. Die Analyse und jährliche Aktualisierung dieser Bilanz ermöglicht die Umsetzung und Kontrolle der Maßnahmen, wie CO2 weiter vermieden und reduziert werden kann. Durch Unterstützung des Projekts [Mein Baum](https://meinbaum-meindresden.org/partner/) (Dresden, Deutschland) sowie dem [Waldschutz-Projekt](https://fpm.climatepartner.com/project/details/1056/en) (Pará, Brasilien) gleicht die Offerista Group die Treibhausgase aus. So konnten 202,8 Tonnen CO2 Emissionen ausgeglichen werden.

Im Juli 2020 erhielt die Offerista Group das Label „klimaneutral“ laut Urkunde mit ID-Nummer (<https://fpm.climatepartner.com/tracking/14862-2007-1001/de>). Durch den ClimatePartner Prozess mit auftragsbezogener ID-Nummer ist die Klimaneutralität transparent nachvollziehbar. Alle Projekte von ClimatePartner sind nach den höchsten internationalen Standards zertifiziert und werden durch unabhängige Dritte überprüft. So wird sichergestellt, dass die Maßnahmen vor Ort umgesetzt werden.

**Der ökologische Fußabdruck als Visitenkarte**

Die Offerista Group ist Teil der [“Leaders for climate action”](https://actnow.lfca.earth/e/offerista)und legt daher viel Wert auf Abfallvermeidung, Recycling sowie sichere Energie (Ökostrom). Mülltrennung und die überlegte Nutzung des Druckers im Büro sind selbstverständlich und gelebter Arbeitsalltag in allen Offerista Standorten. Darüber hinaus wurde 2020 ein eigenes standortübergreifendes „Team Orange“ geschaffen, dass sich auch im Büroumfeld für den Klimaschutz stark macht. Dazu zählen die Verteilung von Stoffbeuteln oder die Organisation von Verkostungen von Fair-Trade-, Bio- oder veganen Lebensmitteln. Auch werden 2020 die Weihnachtsgrüße als elektronische Karte versendet – und nicht in Papierform.

**Papierflut stoppen …**

Denn die Papierflut stoppen – dafür steht Offerista. 36 Kilogramm Papier flattern durchschnittlich pro Jahr in den Briefkasten eines deutschen oder österreichischen Haushalts. Ein großer Teil davon sind werbliche Postwurfsendungen, die sehr oft direkt und ungelesen entsorgt werden. Der enorme Papierverbrauch, der CO2 Ausstoß beim Drucken und die Druckertinte tragen ihren Teil zur Klimabilanz bei. Daher erfreuen sich Aufkleber mit „Bitte keine Werbung“ oder einem ähnlichen Inhalt immer größerer Beliebtheit und zieren zahlreiche Briefkästen. Bereits jeder Zweite (53 Prozent) empfindet heute die Menge an zugestellten Flugblättern als zu viel und 58 Prozent gaben im Frühjahr 2020 an, dass ihnen das Print Flugblatt nicht fehlen würde.[[1]](#footnote-1)

Angebotskommunikation muss aber nicht aus Papier sein. Digitale Kanäle transportieren die Werbebotschaft viel gezielter und so erreicht man die Verbraucher auch auf dem persönlichsten aller Geräte – ihrem eigenen Smartphone. Die Offerista Group bietet dem stationären Einzelhandel papierfreie und einfache Alternativen, um klimafreundlich und effektiv die Zielgruppe mit einer Werbebotschaft zu erreichen.

**… mit digitalen Alternativen**

In Österreich stieg die aktive Nutzung von online Aktionsportalen und Apps, die digitale Prospekte zur Verfügung stellen, in den letzten vier Jahren (2016 – 2020) von 31,5 auf 41,4 Prozent an. Im Jahr 2020 haben digitale Werbemaßnahmen bereits für 35 Prozent der Österreicher das klassische Flugblatt bei der Handelskommunikation ersetzt. ([Flugblattstudie](https://www.offerista.com/insights/forschung/) von wogibtswas.at / Offerista Group Austria) Eine ähnliche Entwicklung lässt sich auch in Deutschland erkennen: Schon im Jahr 2017 lag die Werbeverweigerer-Quote in Deutschland bei 25 Prozent und stieg binnen drei Jahren auf 28 Prozent.[[2]](#footnote-2)

Digitale Kanäle werden für Werbezwecke immer beliebter. Eine aktuelle Statistik zeigt, dass im Jahr 2020 digitale Werbung in Deutschland erstmals einen höheren Anteil am Gesamtumsatz der Werbebranche haben wird als traditionelle (Print-)Werbung.[[3]](#footnote-3) Der Vorteil: Digitale Werbung ist einfach flexibler. Gerade in Zeiten von Corona ist es für den Handel wichtig, dass Werbebotschaften schnell und einfach angepasst werden können, um den Kunden beispielsweise über neue Öffnungszeiten oder Angebote zu informieren.

„2020 konnten wir noch weitere Schritte in Richtung Klimaschutz setzen und mit den Maßnahmen unser Nachhaltigkeitsengagement noch weiter unterstreichen. Bereits seit Jahren machen wir uns dafür stark, Papiermüll zu vermeiden. Und da haben wir die optimalen Alternativen. Die Offerista Group bietet als Retail Marketing Network individuelle Marketinglösungen von digitaler Prospektverteilung über Display-Kampagnen bis hin zum komplexen Omni-Channel-Marketing“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer von Offerista Group Austria.

**Bildmaterial**

Im Zeichen der Nachhaltigkeit: Offerista Group wurde 2020 klimaneutral.
Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria
Bildnachweis: © 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 Kunden allumfassende Lösungen für ihren Online Auftritt zu bieten. Im Jahr 2018 wurde wogibtswas.at zu 100 % 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**
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 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.

**Pressekontakt**Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR
Praterstraße 1 | weXelerate Space 21 | 1020 Wien
+43 699 120 895 5
alexandra.vasak@reiterpr.com

1. <https://www.offerista.com/at/58-wuerde-print-flugblatt-nicht-fehlen/> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.onetoone.de/> [↑](#footnote-ref-2)
3. Laut Statista beträgt der Anteil heuer 51 Prozent und wird lt. Prognose in den nächsten Jahren kontinuierlich um 3,8 Prozent steigen. <https://de.statista.com/infografik/22257/anteil-digitaler-und-traditioneller-werbung-am-marktvolumen/> [↑](#footnote-ref-3)