# Medieninformation

**Offerista launcht Offers Unlimited – kanalübergreifende Kampagnen-Optimierung entlang der Customer Journey**

INTERSPORT Voswinkel steigerte das Engagement der Nutzer um 16 Prozent

**Wien, 2. Februar 2021** – Offerista launcht mit Offers Unlimited ein neues Produkt, mit dem Händler und Marken eine noch größere Werbewirkung erzielen können. Mit Offers Unlimited können Unternehmen ihre Aktionsangebote kanalübergreifend an allen relevanten digitalen Touchpoints bewerben Der Unterschied zu üblichen Cross-Channel-Kampagnen: Das Offerista-Team optimiert die Kampagne kanalübergreifend entlang der Customer Journey, um die individuellen Ziele der werbetreibenden Unternehmen – auch international – zu erreichen. Im Mittelpunkt steht dabei die effektive Zielgruppenansprache.

Dabei kümmert sich Offerista nicht nur um die Steuerung und Optimierung einer Kampagne. Das Retail Marketing Network steht seinen Kunden von Anfang bis Ende mit Experten zur Verfügung: Angefangen bei der Erstellung der Creatives bis hin zur Planung und Optimierung der digitalen Kanäle. Das Team aus Digital-Marketing-Experten kümmert sich um die Zielerreichung der Werbemaßnahmen und erarbeitet gemeinsam mit dem Kunden Handlungsempfehlungen für den jeweiligen individuellen Digital-Mix.

**Proof-of-Concept: INTERSPORT Voswinkel mit erfolgreicher Wiedereröffnung**

Erste Erfolge verzeichnete Offerista bereits mit INTERSPORT. In Zeiten von Corona war es im Zuge der Wiedereröffnung – nach Umbauarbeiten – der Filiale INTERSPORT Voswinkel besonders wichtig, sichtbar zu werden, um eine hohe Frequenz im Store zu erzielen und entsprechenden Umsatz zu generieren. Gemeinsam mit der [Offerista Group](https://www.offerista.com/unternehmen/about/) wurden für die Ausspielung der Kampagne, die im Herbst 2020 lief, ganz bewusst verschiedene Kanäle gewählt, um die Zielgruppe reichweitenstark anzusprechen und die Reaktionen auf die Werbemittel auswerten zu können. Im Rahmen einer [Cross-Channel Kampagne](https://www.offerista.com/loesungen/cross-channel-kampagnen/) – Offers Unlimited – wurden über zwei Wochen hinweg variierende Werbemittel eingesetzt. Hier wurde unterteilt in die Pre Opening-Phase und tatsächliche Eröffnungsphase. Mittels Push-Nachrichten, Story Ads auf Facebook und Instagram, aber auch Engage Ads, Video Ads und die Bewerbung bei Google MyBusiness wurden die Nutzer über die Neueröffnung der Filiale informiert und zu einem Filialbesuch motiviert. Durch tägliche Auswertungen der Offerista Group wurde die Kampagne kontinuierlich nach den KPIs von INTERSPORT Voswinkel optimiert. Das Engagement der Nutzer konnte in dem Zeitraum so um 16 Prozent gesteigert werden. Durch den digitalen Marketingmix erzielte der Sportfachhändler auch mehr Frequenz im Laden als bei vergleichbaren Neueröffnungen. Auch im Umsatz konnte eine Steigerung zu bereits vergangenen Werbeaktionen gemessen werden.

**Digitale Angebotskommunikation boomt**

Drei von fünf Befragten nutzen das Internet inzwischen wöchentlich, um Aktionen von Händlern zu finden. Das ergibt die aktuelle Studie „Informationsverhalten bei der Suche nach Angeboten und Aktionen“ der Offerista Group Austria. 29 Prozent wollen sich zudem in Zukunft noch häufiger im Netz von Angeboten inspirieren lassen und 62 Prozent geben an, heute öfter im Web oder auf dem Smartphone nach Angeboten und Aktionen zu stöbern als noch vor ein paar Jahren.

Vor allem bei Aktionen einzelner Produkte wird das Internet beziehungsweise das Smartphone von vielen (39 Prozent) bevorzugt. Die Verbraucher schätzen an digitaler Angebotskommunikation den Nachhaltigkeitsaspekt, da Papiermüll vermieden wird (34 Prozent) sowie die bessere Vergleichbarkeit der Preise (30 Prozent). Auch der Wunsch, Aktionen zu ergattern spielt für immer mehr Verbraucher eine Rolle. Für 35 Prozent hat die Digitalisierung der Angebotskommunikation bereits das Print Flugblatt ersetzt.

„Digitale Angebotskommunikation entwickelt sich zum Megatrend. Nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie und ihre Folgen. Die Vorteile digitaler Angebotskommunikation sowie Online-Platzierungen zielgruppenspezifischer Werbebotschaften sind deutlicher als je zuvor. Deshalb haben wir die letzten Monate ausgiebig daraufhin gearbeitet, unseren Kunden Offers Unlimited zur Verfügung zu stellen“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

Mehr über Offers Unlimited: <https://www.offerista.com/at/loesungen/offers-unlimited/>

Und die Intersport Case Study gibt es hier: <https://www.offerista.com/at/intersport-voswinkel-mehr-umsatz-bei-neueroeffnung-mit-digitaler-cross-channel-kampagne/>

**Top Retail Tech Solution Provider**

Die Offerista Group wurde im Dezember 2020 vom renommierten US-Wirtschaftsmagazin Retail CIO Outlook mit dem Award „Top Retail Tech Solution Provider in Europe 2020“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnung erhalten jene Unternehmen, deren Lösungen seitens des Magazins Retail CIO Outlook als besonders innovativ, marktrelevant, zukünftig als marktbeeinflussend angesehen werden und die Retail Tech-Lösungen bereitstellen, die Auswirkungen auf die Branche haben. Mehr dazu und eine Stellungnahme von Oggy Popov, CEO von Offerista CEE, gibt es im [Printmagazin](https://www.retailciooutlook.com/magazines/December2020/Retail_Tech_Europe/?digitalmagazine#page=12) oder [Online](https://retail-tech-europe.retailciooutlook.com/vendor/offerista-group-building-the-european-champion-in-retail-marketing-cid-791-mid-85.html).

**Bildmaterial**Bringt Händlern und Marken eine noch größere Werbewirkung: Offers Unlimited

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 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.  
  
**Pressekontakt**Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR  
Praterstraße 1 | weXelerate Space 21 | 1020 Wien  
+43 699 120 895 59  
alexandra.vasak@reiterpr.com