**Medieninformation**

**Offerista Group Austria 2022: Ein Rückblick**

**Für die Offerista Group Austria, dem Experten für digitales Handelsmarketing mit der B2C-Marke, dem Aktionsportal, wogibtswas.at, war das vergangene Jahr ein sehr ereignisreiches und erfolgreiches. Kennzahlen wurden gesteigert, innovative Lösungen entwickelt, erfolgreiche Kampagnen umgesetzt, das Produktportfolio erweitert und wichtige Meilensteine gesetzt. Ein Rückblick in Zahlen.**

Wien, 18. Jänner 2023. Das Jahr 2022 war für den Handel ein Jahr voller Herausforderungen. Steigende Gas-, Energie- und Papierpreise stellten diesen auf die Probe, aber ebenso auch die Konsument:innen. Und hatte Auswirkungen auf deren Kaufverhalten. 90 Prozent gaben bereits im Sommer 2022 in einer [Umfrage der Offerista Group Austria](https://www.offerista.com/at/umfrage-bestaetigt-die-preissteigerungen-machen-sich-im-geldbeutel-bemerkbar/) an, dass sie die Preissteigerungen im Geldbeutel spüren und 96 Prozent meinten, dass sie Ausschau nach besonders guten Preisen und Sonderangeboten halten. Wenn in der früheren analogen Welt von Sonderangeboten die Rede war, gab es eine Antwort: Flugblatt. 2022 war eine Reaktion auf die erhöhten Papierpreise jedoch, die eigene Flugblattstrategie zu überdenken. So gaben im Sommer 2022 große Handelsketten in Deutschland ihren Ausstieg aus dem klassischen Postwurf bekannt. Mit einem kompletten Aus ist man in Österreich noch zurückhaltender, jedoch wurden auch hier bereits Maßnahmen zur Reduktion gesetzt. Große Discounter haben ihre Flugblätter schon abgespeckt – und das sowohl hinsichtlich Größe, Umfang, Gewicht und auch Auflage.

Für welche Maßnahme man sich auch entscheidet, eines haben alle gemein: Mehr Fokus auf Digital! Sei es nun über eigene Apps und Treueprogramme, die aus dem Boden gestampft werden, oder das Austesten neuer Kanäle, wie [Metaverse](https://www.offerista.com/at/offerista-startet-fuer-sodastream-erste-kampagne-im-metaverse/), WhatsApp oder kanalübergreifende Lösungen, mit denen das Abholen der Konsument:innen an möglichst viele Touchpoints möglich wird. Diesen Wandel kann auch die Offerista Group Austria mit ihrem Erfolg untermauern. Verglichen mit dem Jahr 2021 konnte eine Umsatzsteigerung von über 25 Prozent erzielt werden. Es sind vor allem die Top-Kunden, die das Budget auf den Offerista Kanälen deutlich erhöht haben. Alleine die Top10-Kunden haben ihre Ausgaben von 2021 auf 2022 um 70 Prozent gesteigert. „Das zeigt uns, dass der Shift stattfindet. Es wird mehr Geld in die Hand genommen und in digitale Kanäle investiert. Das beweist uns, dass unser Weg der richtige ist. Heute reicht es nicht mehr, die Konsument:innen lediglich über einen Touchpoint (wie beispielsweise ein Aktionsportal) zu erreichen. In der hochkomplexen Welt braucht es den richtigen Mix – also einfache Lösungen für komplexe Anforderungen“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

**Zehn Jahre Partner des österreichischen Handels**

Im Mai 2022 feierte wogibtswas.at/Offerista Group Austria den [10. Geburtstag](https://www.offerista.com/at/time-to-celebrate-wogibtswas-at-offerista-group-austria-feiert-zehnten-geburtstag/). Begonnen hat alles am 5. Mai 2012 mit Flugblättern im Internet und kurz danach in der App. Nach dem erfolgreichen Marktaufbau mit zwei Relaunches entwickelte sich wogibtswas.at sehr rasch zu Österreichs größtem Aktionsportal. Heute ist wogibtswas.at eine B2C-Marke der Offerista Group Austria – das digitale Flugblattportal. Die Offerista Group Austria bietet heute ihren Kund:innen viele Produkte und kanalübergreifende Lösungen, um Konsument:innen entlang der gesamten Customer Journey abzuholen und zur richtigen Zeit am richtigen Ort anzusprechen. Gefeiert wurde im Geburtstagsmonat Mai mit Jubiläumsangeboten und Gewinnspielen auf Social Media.

**Internationale Ausrichtung: Geschäftsführung der CEE-Länder**

Ebenfalls im Mai 2022 übernahm der langjährige Geschäftsführer von wogibtswas.at bzw. Offerista Group Austria, Oliver Olschewski, zusätzlich auch die [Geschäftsführung](https://www.offerista.com/at/oliver-olschweski-wird-ceo-der-offerista-group-der-cee-laender/) der Offerista Group Bulgaria, der Offerista Group Hungary, der Offerista Group Romania und der Offerista Group Poland. Dadurch wurde ein wesentlicher Schritt gesetzt, um künftignoch internationaler und innerhalb der Gruppe verzahnter zu agieren. Ein besonderer USP der Offerista Group ist das länderübergreifende Agieren. Nicht nur die Teams arbeiten länderübergreifend, sondern ebenso werden den Handelsunternehmen und Markenherstellern länderübergreifende digitale Lösungen angeboten.

**Veranstaltungen des Handelsverbands**

Im September 2022 war die Offerista Group Austria erstmals Kooperationspartner beim Tag des Handels des österreichischen Handelsverbands, mit dem seit März 2021 eine Partnerschaft besteht und das gemeinsame Ziel verfolgt wird, Innovationen und Angebote für den österreichischen Handel zu schaffen. Mit einem eigenen Stand war das Unternehmen als Austeller präsent und auch mit einem Vortrag mit dabei. Unter dem Titel „Quo vadis Handelswerbung?“ sprach Olschewski über die Zukunft der Handelswerbung, die Digitalisierung, die Veränderungen durch neue Endgeräte, neue Kanäle sowie neue Player und darüber, wie Kund:innenansprache künftig funktionieren kann. Mit dem Consumer Day schuf der Handelsverband im Oktober 2022 ein neues Eventformat. Auch hier war die Offerista Group Austria mit Oliver Olschewski und einem eigenen Vortrag mit dabei. Für das Jahr 2023 ist man bereits in Abstimmung und plant erneut, gemeinsam mit dem Handelsverband einiges umzusetzen.

**Weiterer Ausbau des Reichweitennetzwerkes**

Die Offerista Group Austria verhilft nicht nur dem stationären Handel durch digitale Angebotskommunikation zu mehr Besuchen in der Filiale, sondern verfügt zudem über ein starkes Reichweitennetzwerk mit Premiumpartnern. Es wird kontinuierlich an einer Netzwerkerweiterung gearbeitet, so auch 2022. Jüngster österreichischer Zugang ist SALZBURG24, mit diesem Neuzugang Ende des vergangenen Jahres wurde die Reichweite um monatlich rund 1,5 Millionen Unique Clients erhöht. Bereits heute ist die Offerista Group Europas größtes Netzwerk für digitales Handelsmarketing. Das Offerista Native Network erstreckt sich mittlerweile europaweit auf über 1.400 Plattformen und erreicht so über 70 Prozent der europäischen Haushalte. Und es wird immer größer und größer.

**Erfolgreiche Kampagnen und neue Produkte**

Das vergangene Jahr stand auch ganz im Zeichen erfolgreicher Kampagnen. Für Bosch wurde 2022 mit der Offerista-Lösung [Discover](https://offerista.com/at/loesungen/offerista-discover/) eine erfolgreiche [Jubiläumskampagne](https://www.offerista.com/at/bosch-jubilaeums-kampagne-von-offerista-mit-interaktivem-werbeformat-zu-hoher-awareness/) durchgeführt, die das fünfjährige Jubiläum der Bosch Hausgeräte-Stores in Österreich feierte. 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.

„2022 haben wir viele wichtige Meilensteine und Schritte gesetzt. Wir hatten unsere Jubiläumsfeierlichkeiten, haben uns internationaler ausgerichtet, mit unserer Präsenz an den Veranstaltungen des Handelsverbands konnten wir uns einmal mehr als Partner des österreichischen Handels positionieren. Und für unsere Kunden haben wir im vergangenen Jahr erfolgreiche Kampagnen und Lösungen umsetzen können. Ein gelungenes Jahr“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

Die Pressemeldung gibt es auch online: <https://www.offerista.com/at/offerista-jahresrueckblick/>

**Bildmaterial:** 2022 und die Offerista Group Austria

Fotonachweis: © Offerista Group Austria

Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria

Fotonachweis: © Natalie Paloma, 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 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 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 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