**Medieninformation**

**Von Print zu Digital: Offerista bringt erprobte Methodik nach Österreich**

**Offerista hilft Händlern bei der Umstellung ihres Marketing-Mixes und steigert Drive to Store-Ergebnisse und Rentabilität**

**Wien, 29. Jänner 2025 - Mit der fortschreitenden Digitalisierung verändert sich auch die Rolle des traditionellen Flugblatts im Handelsmarketing. Jahrzehntelang waren gedruckte Prospekte ein Eckpfeiler der Handelskommunikation und erreichten Millionen von Haushalten über die Briefkästen. Heute verlassen sich die Verbraucher:innen jedoch zunehmend auf digitale Kanäle, insbesondere auf ihre Smartphones, um Informationen über Werbeaktionen und Angebote zu erhalten. Dieser Wandel wirft für Händler eine wichtige Frage auf: Bringen ihre Investitionen in Printwerbung noch etwas?**

**Eine strategische Methodik für modernes Handelsmarketing**

Um dieser Herausforderung zu begegnen, hat Offerista zusammen mit seinem Schwesterunternehmen ShopFully eine Methodik entwickelt, die es Händlern ermöglicht, ihren Marketing-Mix nahtlos von Print auf Digital umzustellen, und die bereits von fast 100 Händlern in Europa und Australien erfolgreich eingesetzt wird. Als führende Experten für Drive-to-Store-Lösungen haben die beiden Unternehmen ihr Fachwissen und ihre innovativen Technologien kombiniert, um eine Strategie zu entwickeln, die sowohl den Print- als auch den digitalen Media-Mix integriert.

Diese innovative Methodik nutzt einen eigenen, geschützten Algorithmus zur Optimierung des Print-Digital-Vertriebsmixes auf Filialebene. Durch die Maximierung der digitalen Möglichkeiten, die Minimierung der Risikobewertung und die Verbesserung der Rentabilität der Geschäfte stellt diese Methode einen bedeutenden Fortschritt in der Handelsstrategie dar.

„Unsere Mission ist es, Händlern dabei zu helfen, ihre Abhängigkeit von Printmedien zu reduzieren, ohne dabei die Besucher:innenzahlen in den Geschäften oder die Kundenbindung zu beeinträchtigen“, sagt **Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria**. „Durch datengestützte Erkenntnisse und benutzerdefinierte Strategien bieten wir Händlern einen risikoarmen Weg, ihr Marketing zu modernisieren und gleichzeitig ihre Budgets zu optimieren.“

**Die Vorteile der digitalen Umstellung**

Händler, die sich für diesen Ansatz entscheiden, profitieren von erheblichen Vorteilen. Indem sie die Abhängigkeit von gedruckten Materialien verringern, erzielen sie erhebliche Kosteneinsparungen, da die Produktions- und Vertriebskosten sinken. Die Umstellung auf digitale Kanäle ermöglicht eine stärkere Einbindung der Kund:innen durch interaktive Kampagnen, die die Interaktionen auf Apps und Websites erhöhen und das Einkaufserlebnis insgesamt verbessern. Diese Umstellung ist nicht nur kosteneffizient, sondern auch nachhaltig, da sie die CO2-Emissionen erheblich reduziert, was für umweltbewusste Verbraucher:innen eine Priorität darstellt. Darüber hinaus sorgt ein sorgfältig abgestimmter digitaler Mix dafür, dass Händler die Besucher:innenzahlen in ihren Geschäften aufrechterhalten oder sogar steigern und gleichzeitig ihre Geschäftsziele erreichen können.

**Nachgewiesene Ergebnisse in verschiedenen Märkten**

Ein kürzlich durchgeführtes Projekt im Lebensmitteleinzelhandel beweist den Erfolg dieses Ansatzes. Innerhalb von nur drei Monaten reduzierten die teilnehmenden Händler ihr Printmaterial in 35 Prozent ihrer Standorte um 40 Prozent, was zu Kosteneinsparungen, geringerer Umweltbelastung und zu höheren Engagement-Raten führte. Aufgrund dieser Ergebnisse wurde die Initiative auf 60 Prozent des Filialnetzes ausgeweitet. Dieses Beispiel zeigt, wie eine gut geplante Umstellung konkrete Vorteile bringen kann, ohne die Kundenfrequenz oder den Umsatz zu beeinträchtigen. Die Methode, die bereits in Italien, Spanien, Portugal, Deutschland und Australien erfolgreich umgesetzt wurde, ist nun auch für den österreichischen Handel verfügbar.

Die Umstellung von Print auf Digital ist nicht länger ein Trend, sondern eine Notwendigkeit für Händler, um in der heutigen schnelllebigen digitalen Welt wettbewerbsfähig zu bleiben. Digitale Strategien ermöglichen es Händlern, effektiver mit Kund:innen in Kontakt zu treten, die Leistung von Kampagnen in Echtzeit zu verfolgen und höhere Renditen zu erzielen. Die schnelle Anpassung an diese Veränderungen ermöglicht es Händlern, ihre Marketingmaßnahmen zu verbessern und gleichzeitig stärkere Kundenbeziehungen zu fördern.

+++

Bildmaterial: Offerista bringt neue erprobte Methode nach Österreich.

Fotonachweis: © Offerista Group Austria

Bildmaterial: Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

Fotonachweis: © Natalie Paloma

**Über Offerista Group Austria**

Offerista Group Austria ist der Experte für digitales Handelsmarketing, der dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhilft. Standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing wird mit effektiven Cross-Channel-Lösungen umgesetzt. So können Händler und Marken gezielt ihre Zielgruppen aktivieren und binden. Mit innovativen technischen Lösungen wird das Produktportfolio immer weiter ausgebaut, um den Kund:innen allumfassende Lösungen für ihren Online-Auftritt zu bieten. Die Offerista Group Austria ist Teil der Offerista Group, Europas größtem Netzwerk für digitales Handelsmarketing, und verfügt selbst über ein starkes Reichweitennetzwerk mit Premiumpartnern wie beispielsweise [wogibtswas.at](http://wogibtswas.at/), bring! oder auch Stocard. 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 länderübergreifende digitale Lösungen für Handelsunternehmen und Markenhersteller. Standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing wird mit messbar effizienten Cross-Channel-Lösungen umgesetzt. So können Händler und Marken ihre relevanten Zielgruppen gezielt aktivieren und binden. Offerista setzt dabei auf kanalübergreifende dynamische Angebotskommunikation in internationalen nativen Premium-Umfeldern wie Chefkoch sowie auf reichweitenstarken Werbe- und Social Media-Kanälen wie TikTok, Pinterest und Instagram.

Gemeinsam mit ShopFully, Europas führendem Technologie-Unternehmen im Bereich Drive-to-Store, unterstützt die Offerista Group mehr als 500 internationale Top-Händler und Marken in 25 Ländern und erreicht damit 200 Millionen Shopper weltweit über alle Kanäle entlang der Customer Journey. An 21 Standorten weltweit widmet sich ein 450-köpfiges Team bei Offerista und ShopFully dem digitalen Handelsmarketing. Geschäftsführer von Offerista ist Benjamin Thym.

**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