

”

Nicht wenige Konsumenten wollen Flugblätter immer noch in der Hand halten, um darin zu blättern.

Franz Hausleitner
feibra

“

und dabei den Push-Charakter des Flugblatts beizubehalten: Wir spielen Flugblätter über ein Partnernetzwerk hochwertiger Online-Medien nach denselben regionalen und soziodemografischen Selektionskriterien wie bei der physischen Verteilung aus, wobei wir hier drei Pakete mit der gewünschten Anzahl an Sichtkontakten und Targeting-

Vielfalt

feibra verteilt Flugblätter, Prospekte, Warenproben und vieles mehr an über 3 Mio. Haushalte in ganz Österreich.

Möglichkeiten anbieten und den Kunden nach Ablauf der Kampagne ein ausführliches Reporting liefern.

medianet: Die DSGVO hat für viel Unsicherheit gesorgt – wie schätzen Sie die Lage heute ein?

Hausleitner: Auf unser Kerngeschäft 'Unadressierte Werbepost' gibt es keine direkten Auswirkungen, da hier keine personenbezogenen Daten im Spiel sind. Aber auch adressierte Direct Mails bleiben unter der DSGVO möglich und wirksam, wenn man seine Hausaufgaben gemacht hat.



© feibra

medianet: Was steht für das zweite Halbjahr 2019 noch am Plan?

Hausleitner: Wir möchten im Vertrieb den Fokus auf die Ansprache regionaler Kunden legen, weil wir hier noch sehr viel Potenzial sehen. Gerade kleine und mittlere Unternehmen sind oft überrascht, wie einfach und günstig Flugblattkampagnen re-

alisierbar sind und welchen Return on Investment sie bringen können. Darüber hinaus wollen wir unser Online-Angebot weiterentwickeln: Wir arbeiten an einer Lösung zum Auspielen von Gutscheinen in unserem Digitalen Prospekt und wollen auch unser Online-Planungstool, streuplan.feibra.at, überarbeiten.



Ihre Spezialisten für Omnichannel
Datadriven Advertising

Programmatic Advertising						
SEA - Suchmaschinenmarketing						
Conversion Optimierung & UX						
Digital Analytics						
Kreation - Display & Video						
Personalisierung & Dynamisierung						
Social Media Werbung						

www.e-dialog.at

