

Es geht weiter

Direct Mailings, Webinar-Reihe und der Dialog Marketing Report – bei der Post steht die Welt auch jetzt nicht still.



Reinhard Scheitl ist Leiter Marketing & Produktmanager bei der Österreichischen Post AG.

... Von Sascha Harold

WIEN. Adressierte Werbestampfe kommt bei den Konsumenten gut an und gilt als hochwertig. Diese Erkenntnis ist nicht neu, gilt aber vermutlich gerade jetzt besonders. Der Dialog Marketing Report, der im Juni das siebente Mal in Folge erstellt wird, zeigt jedes Jahr aufs Neue, dass Empfänger die meiste Zeit in diesen Werbkanal – das Direct Mail – investieren. Das weiß auch Reinhard Scheitl, Leiter Marketing und Produktmanagement bei der Post: „In Zeiten elektronischer Kommunikationsflut sticht das Direct Mailing mit Stil hervor, drückt Wertschätzung aus und erweckt beim Empfänger eine hohe Aufmerksamkeit.“ Personalisierte Botschaften liegen, so Scheitl weiter, im Trend und würden von Konsumenten als wichtig eingestuft.

Eine Nebenwirkung der aktuellen Situation rund um das Coronavirus: Die entschleunig-

„
*Personalisierte
Botschaften liegen im
Trend und werden
von Konsumenten
als wichtig eingestuft.*

gende Wirkung lässt – sofern die berufliche Situation es erlaubt – auch Ruhe in den Alltag einkehren. Davon profitieren unter anderem Direct Mails, in die Konsumenten auch in normalen Zeiten mehr Zeit investieren als in andere Werbemittel. „Personalisierte Botschaften liegen im Trend und werden von Konsumenten als wichtig eingestuft. Besonders gefragt sind persön-

lich adressierte Werbestampfe, wenn sie spezielle Angebote, Gutscheine oder die Aussicht auf Vergünstigungen bieten“, fasst Scheitl zusammen.

Angebot im Überblick

Auch die Post hat auf die Zeichen der Zeit reagiert und die Webinar-Reihe installiert. „Mit der Zurück auf Erfolgskurs-Serie bietet die Österreichische Post in Form einer dreiteiligen Webinar-Reihe die Möglichkeit, die Vorteile der Werbewelt der Post kennenzulernen, um erfolgreich Zielgruppen zu erreichen, und man erfährt, welche Werbemedien dazu beitragen, erfolgreich durch die aktuelle Krise zu kommen“, so Scheitl. Zahlreiche Anmeldungen zeigten das große Interesse seitens der Kunden. Im Rahmen der Webinar-Reihe erfahren Kunden mehr zu den Reichweitenmedien der Post, wie man erfolgreich in den Dialog mit Kunden tritt, Ergebnisse verbessert und Kosten spart.

VIRTUELLE NPO-TAGUNG Communication Summit

WIEN. Der NPO Communication Summit hätte ursprünglich bereits Ende März über die Bühne gehen sollen, wurde aufgrund der aktuellen Situation aber verschoben und findet nun erstmals als virtueller Summit am 27. Mai über Zoom statt. Teilnehmer erwartet eine Reise zu den Digital Natives, den Karriere-Nomaden, der Generation Gre-tta, den Social Natives, der Caring Generation – kurz gesagt den jungen Menschen.

Shift Happens

Unter dem Motto „Shift Happens“ wird einen Tag lang beleuchtet, was junge Menschen ausmacht, wie sie denken und was ihnen wichtig ist. Speaker sind unter anderem der YouTuber Fabian Grischkat, Franz Hirschmugl vom Institut für Markenentwicklung, Franziska Marhold von Fridays for Future und Barbara Zeiss, Mitbegründerin der NGO-Beratung forGood. Auch wenn der Summit diesmal virtuell stattfindet, sind spannende Erkenntnisse garantiert.



NPO Communication Summit

Physische Präsenz wie beim Summit 2019 gibt es 2020 keine.

© Christian Husar

© FWA/Tata Alshamaree