



ID: LCG9017 | 28.01.2009 | Kunde: Freecard Medienservice GmbH |
Ressort: Chronik Ã–sterreich | Medieninformation

Presseinformation

Medien/ Außenwerbung/ Ambient Media

FreeCard zieht Rekordbilanz â€œ BILD

Anhang zur Meldung unter [http:// presse.leisuregroup.at/
freecard/ bilanz08](http://presse.leisuregroup.at/freecard/bilanz08)

Utl.: FÃ¼hrender Ambient Media-Anbieter zieht Bilanz Ã¼ber das
erfolgreichste Jahr in der Geschichte des zum Echo Medienhaus
gehÃ¶rendes Unternehmens. =

(LCG9017 â€œ Wien, 28.01.2009) Als â€žSensationsjahrâ€œ
bezeichnet FreeCard-GeschÃ¤ftsfÃ¼hrer Roland PÃ¼rzl das
vergangene Jahr fÃ¼r sein Unternehmen. 2008 konnte sich PÃ¼rzl
Ã¼ber ein Umsatzplus von 22,5 Prozent freuen, das er durch rund 250
Kampagnen erwirtschaftet hat. Mit Ã¼ber 20 Millionen
distribuierten Postkarten â€œ einem Plus von 28 Prozent im
Vergleich zum Vorjahr â€œ an den rund 900 Displays in Szenelokalen,
Burger King-Filialen und Cineplexx-Kinos sowie Kulturlocations
im ganzen Land erreichte FreeCard Ã¼ber 50 Millionen Kontakte. Als
besonders erfreulich bewertet PÃ¼rzl den Umstand, dass rund 40
Prozent der Kampagnen als Sonderwerbeformen umgesetzt wurden.
â€žDas bestÃ¤tigt den hohen Stellenwert des Mediums bei Kreativen
und zeigt die vielfÃ¤ltigen MÃ¶glichkeiten im Umgang mit dem
Medium aufâ€œ, so der FreeCard-GeschÃ¤ftsfÃ¼hrer.

Zwtl.: Medium wird interaktiv.

Einen wesentlichen Schwerpunkt setzte P&W im vergangenen Jahr in den Ausbau der Interaktionsmöglichkeiten des Mediums. So wurden rund um den Start des neuen James Bond-Streifens „Ein Quantum Trost“ gemeinsam mit dem Mobilfunkbetreiber A1 und SONY Pictures beispielsweise 1.000 Postkarten österreichweit in den 900 Displays verbreitet, die zum gratis Kinobesuch in allen Kinos des Landes berechtigten. Exakt 943 der Karten wurden tatsächlich eingelöst, was einer sensationellen Response-Quote von 94 Prozent entspricht. „Mit Aktionen wie dieser entwickelt sich FreeCard „back to the roots“ zu einem Medium mit Mehrwert für den Konsumenten“, freut sich P&W über den Erfolg der Kampagne.

Zwtl.: Ausbau von BTL und Promotion.

Zusätzlich baute FreeCard im vergangenen Jahr seine Promotion- und BTL-Aktivitäten massiv aus. Mitunter bewarb die Echo-Tochter zahlreiche Aktionen des Mutterhauses wie den Vienna Night Run mit 8.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die Aktion „Eine Stadt. Ein Buch“ mit 100.000 Gratisbüchern für die ganze Bundeshauptstadt und die „Kriminacht“, die gleichzeitig in 44 Kaffeehäusern stattfand. Neben der reinen Promotion zeichnete das Unternehmen auch für technische und organisatorische Umsetzung verantwortlich. Mit dieser Angebotserweiterung sieht P&W den Grundstein hin zum Ausbau in Richtung einer 360 Grad-Agentur gelegt, die sowohl inhouse als auch externen Kunden kreative Komplettlösungen bietet. „Einen besonderen Vorteil bietet dabei die Vernetzung mit dem Echo Medienhaus mit seinen über 30 Medien und hochgradiger Spezialisierung in unterschiedlichen Segmenten wie Senioren, Jugendliche, Sport, Kultur, neue Medien, TV und Online“, sagt P&W, der die Synergien künftig weiter stärken will.

Zwtl.: Erfolgreiche Landung im Schnee.

Besonders stolz ist PÄrzl auf die laufende Aktion â€žFlug zum Schneeâ€œ, die bei FreeCard konzipiert und koordiniert wurde. Im Rahmen der Aktion bietet FreeCard gemeinsam mit NIKI eintägige Skiausflüge zum Patscher Kofel um 99 Euro an, die bisher weit über 2.000 Mal gebucht wurden. â€žIm Rahmen dieser Aktion stellen wir gemeinsam mit den Schwestermedien NIGHTLINE, VOR MAGAZIN, WIEN LIVE, SPORT IN WIEN und WIENER BEZIRKSBLATT abermals die geballte Schlagkraft des Echo Medienhauses unter Beweisâ€œ, sagt PÄrzl.

Zwtl.: Neue Werbeformen in Planung.

Für 2009 möchte PÄrzl einige neue Werbeformen auf den Markt bringen, die FreeCard exklusiv in Österreich anbietet. Zudem soll die Bereiche Sonderwerbeformen und integrierte Events deutlich ausgebaut werden, in denen PÄrzl das größte Wachstumspotential wittert. Erstmals wird FreeCard sein Portfolio auch auf den Schulbereich ausweiten und damit weitere Akzente in der jungen Zielgruppe setzen.

(SERVICE â€ Website: [http:// www.freecard.cc](http://www.freecard.cc))

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung.

Weiteres Bild-und Informationsmaterial finden Sie im Pressebereich unserer Website unter [http:// www.leisuregroup.at](http://www.leisuregroup.at).
(Schluss)

Rückfragehinweis:

leisure communications group, Alexander Khaelss-Khaelssberg
Tel.: (+43 664) 856 3001, E-Mail: khaelssberg@leisuregroup.at

