

## **Zum Niedersetzen: Interstuhl kommt mit austria.com/ plus in Österreich an €“ BILD**

ID: LCG21467 | 02.12.2021 | Kunde: austria.com/ plus -Der  
Premiumvermarkter von Russmedia | Ressort: Medien Österreich |  
Medieninformation

**Premium-Online-Nachrichtenvermarkter inszeniert den deutschen  
Büromöbelhersteller anlässlich der Eröffnung des neuen Webshops .  
Infinite Ads und zwölfteilige Artikelserie im Zentrum der  
Markteinführungskampagne . Audience-Insight-Analysen  
ermöglichen treffsicheren Zielgruppdialog .**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Seit einigen Tagen nimmt Österreich aufgrund des erneuten Lockdowns wieder im Homeoffice Platz. Damit es sich ergonomischer, stylisher und bequemer sitzen lässt, kommt der deutsche Büromöbelhersteller Interstuhl nach Österreich und eröffnet dort seinen [Webshop](#). Für die Markteinführungskampagne spielt austria.com/ plus auf der gesamten digitalen Klaviatur und zeigt, was sowohl im Digitalmarketing als auch im neu gestalteten Homeoffice möglich ist. Mittels Infinite Ad gibt der Premium-Onlinevermarkter den Produkten in Zusammenarbeit mit Artworx viel Raum und macht die Stühle mit interaktiven Inszenierungen erlebbar. Direkt im Werbemittel können unterschiedliche Farbkombinationen getestet werden. In unterschiedlichen Büroumgebungen erfahren die User auf Klick mehr über die eleganten und gesunden Stühle, die sich optisch perfekt in die moderne Arbeitswelt einfügen.

Für das interaktive Produkterlebnis wird die Scroll-Bewegung des Users an das Werbemittel übergeben, das damit eine deutliche größere Fläche für die animierte Produktpräsentation schafft. Sie geht durch den Scroll-Effekt bei gleichbleibender Höhe des Werbemittels in die Breite und ermöglicht einen Panoramaeffekt. In

diesem Fall wird der User durch unterschiedliche Homeoffice-Umgebungen geführt und sieht, wie sein individuell gestalteter neuer Bürostuhl wirkt. Durch die Interaktions- und Informationsmöglichkeiten in der Ad gewinnen die Konsumenten zahlreiche Eindrücke, bevor sie sich in den Webshop klicken.

„Die Verbindung einer innovativen Werbekampagne, die digitales Storytelling ermöglicht, detaillierter Audience-Insight-Analysen und des maßgeschneiderten, journalistisch gestalteten Info-Contents im vertrauenswürdigen und relevanten News-Umfeld ermöglicht eine effiziente Zielgruppenansprache und Involvierung der Konsumentinnen und Konsumenten. Die Markteinführungskampagne von Interstuhl geht weit über klassisches Targeting hinaus und gibt einen Vorgeschmack auf wirkungsvolles Digitalmarketing in der cookiefreien Zukunft“, fasst [austria.com/plus](https://austria.com/plus)-Managerin **Karina Wundsam** zusammen.

Mit Nachrichten- und Businessportalen wie FAZ.net, handelsblatt.com, sueddeutsche.de, Zeit.de, NZZ.ch, VIENNA.AT, VOL.AT, SN.at, nachrichten.at, NOEN.at, tips.at, SALZBURG24.at, bvz.at oder wienerzeitung.at hat [austria.com/plus](https://austria.com/plus) eine schlagkräftige Mischung deutschsprachiger und regionaler Portale im Portfolio, um Business-Entscheider auf lokaler und nationaler Ebene anzusprechen.

## Treffsichere Ausspielung erreicht die Menschen im Homeoffice

Im größten nicht-öffentlich-rechtlichen Nachrichtennetzwerk des Landes positioniert [austria.com/plus](https://austria.com/plus) die unterschiedlichen Interstuhl-Modelle entsprechend der User- und Content-Struktur. Die Infinite Ad für die „**Fashion**“-Premium-Linie wird auf den deutschsprachigen Nachrichtenportalen im besonders hochwertigen

Content-Umfeld rund um Wirtschaftsthemen ausgespielt. Die sportliche **Linie „Active“** lernen User passenderweise auf Bergfex kennen. Auf den regionalen Nachrichtenportalen des [austria.com/plus](https://austria.com/plus)-Networks stellt Interstuhl die **„Interior“-Serie** vor.

Eine zwölfteilige Artikelserie in Zusammenarbeit mit Journalistin und Autorin **Silvia Jelincic** begleitet die aufmerksamkeitsstarke Kampagne auf den regionalen Nachrichtenportalen im [austria.com/plus](https://austria.com/plus)-Network. Sie beschäftigt sich mit Themen rund um das Homeoffice sowie gesunde und ergonomische Arbeitsbedingungen. Darin werden unter anderem Bewegung und dynamisches Sitzen thematisiert, das auf den Insterstuhl-Modellen möglich ist, die vom familiengeführten Unternehmen gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut und namhaften Designern entwickelt werden.

Als dritte Säule der erfolgreichen Markteinführung werden Audience-Insight-Analysen eingesetzt, um die Zielgruppe am österreichischen Markt zu identifizieren. Durch das Lookalike-Building wird eine effiziente Zielgruppenansteuerung möglich.

## Über [austria.com/plus](https://austria.com/plus)

[austria.com/plus](https://austria.com/plus) ist Österreichs führender Premiumvermarkter mit einer nationalen Reichweite von 9,9 Millionen Unique Clients pro Monat (ÖWA Basic Oktober 2021). Zum Vermarktungsportfolio zählen unter anderem [VOL.AT](https://vol.at), [VIENNA.AT](https://vienna.at), [wienerzeitung.at](https://wienerzeitung.at), [noen.at](https://noen.at), [bvz.at](https://bvz.at), [TT.com](https://tt.com), [SN.AT](https://sn.at), [nachrichten.at](https://nachrichten.at), [dietagespresse.com](https://dietagespresse.com), [tvheute.at](https://tvheute.at), [wienerboerse.at](https://wienerboerse.at), [bergfex.at](https://bergfex.at) und der AT-Traffic von [zeit.de](https://zeit.de), [wirtschaftswoche.de](https://wirtschaftswoche.de), [handelsblatt.com](https://handelsblatt.com), [sueddeutsche.de](https://sueddeutsche.de), [FAZ.net](https://faz.net) und [NZZ.ch](https://nzz.ch). Weitere Informationen auf [austria.com/plus](https://austria.com/plus)

## Über Russmedia Digital

Russmedia Digital mit Hauptsitz in Vorarlberg ist dem international tätigen Medienunternehmen Russmedia zugehörig, das sich als progressivstes Multi-Nischen-Medienunternehmen in Europa versteht. Die Kernkompetenzen der Russmedia Digital

umfassen Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von digitalen Medien. Seit 1995 erarbeitet ein Team, bestehend aus Redakteuren, Softwareentwicklern, Technikern und Werbeexperten, Newsportale, Applikationen für Rubrikenmärkte und Special-Interest-Content, innovative Werbeformen sowie mobile Apps und Spezifikationen. Zu den erfolgreichsten Portalen des Unternehmens zählen VOL.AT, Österreichs erstes Regionalportal, und das Stadtportal VIENNA.AT. An den Standorten in Vorarlberg und Wien beschäftigt das Unternehmen heute rund 70 Mitarbeiter. Weitere Informationen auf [russmedia.com](http://russmedia.com)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfremen Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)  
(Schluss)

