

Presseinformation

Medien/Außenwerbung/Ambient Media

FreeCard zieht Rekordbilanz – BILD

Anhang zur Meldung unter

<http://presse.leisuregroup.at/freecard/bilanz08>

Utl.: Führender Ambient Media-Anbieter zieht Bilanz über das erfolgreichste Jahr in der Geschichte des zum Echo Medienhaus gehörendes Unternehmens. =

(LCG9017 – Wien, 28.01.2009) Als „Sensationsjahr“ bezeichnet FreeCard-Geschäftsführer **Roland Pürzl** das vergangene Jahr für sein Unternehmen. 2008 konnte sich Pürzl über ein Umsatzplus von 22,5 Prozent freuen, das er durch rund 250 Kampagnen erwirtschaftet hat. Mit über 20 Millionen distribuierten Postkarten – einem Plus von 28 Prozent im Vergleich zum Vorjahr – an den rund 900 Displays in Szenelokalen, Burger King-Filialen und Cineplexx-Kinos sowie Kulturlocations im ganzen Land erreichte FreeCard über 50 Millionen Kontakte. Als besonders erfreulich bewertet Pürzl den Umstand, dass rund 40 Prozent der Kampagnen als Sonderwerbeformen umgesetzt wurden. „Das bestätigt den hohen Stellenwert des Mediums bei Kreativen und zeigt die vielfältigen Möglichkeiten im Umgang mit dem Medium auf“, so der FreeCard-Geschäftsführer.

Zwtl.: Medium wird interaktiv.

Einen wesentlichen Schwerpunkt setzte Pürzl 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 Pürzl 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 Pürzl 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 Pürzl, der die Synergien künftig weiter stärken will.

Zwtl.: Erfolgreiche Landung im Schnee.

Besonders stolz ist Pürzl auf die laufende Aktion „Flug zum Schnee“, 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. „Im 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 Beweis“, sagt Pürzl.

Zwtl.: Neue Werbeformen in Planung.

Für 2009 möchte Pürzl 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 Pürzl das größte Wachstumspotential wittert. Erstmals wird FreeCard sein Portfolio auch auf den



Schulbereich ausweiten und damit weitere Akzente in der jungen Zielgruppe setzen.

(S E R V I C E – Website: <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>. (Schluss)

Rückfragehinweis:

leisure communications group, Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: (+43 664) 856 3001, E-Mail: khaelssberg@leisuregroup.at