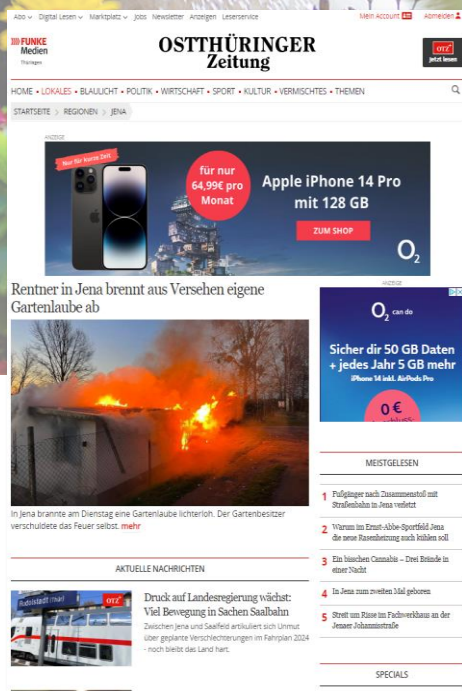


Ziel: Alternative zur Print-Beilage



EINZELHANDEL |
Pflanz Hanisch GmbH

Digitale Transformation der bislang
gedruckten Beilage

- Kampagnenziel: Angebotswerbung, Print soll weiter genutzt werden
 - Kampagnenzeitraum: März-Juni 2023
 - Zielgruppe: ab 18 Jahren
 - Targeting: 40 km rund um den stationären Gartenmarkt
 - Besonderheit: Kanalübergreifende Kampagne mit Schwerpunkt auf Digital
 - Umsetzung / Kampagnenbestandteile: Prospect Ad, ePaper-Interstitial Mo-So, ePaper-Prospect plus Offerista, 1/1 Seite in Tageszeitung und Anzeigenblatt
 - Mediaberatung:
- Marcus Hlawatsch
E Marcus.Hlawatsch@funkemedien.de