



# Performance-Etat der Post gewonnen

Die Agentur verantwortet in den nächsten drei Jahren die Performance-Advertising-Aktivitäten aller Konzerngesellschaften der Schweizerischen Post.



Lässt ihre Performance-Advertising-Aktivitäten in den kommenden drei Jahren von der Agentur Webrepublic betreuen: die Schweizerische Post. (Bild: Keystone/Peter Klaunzer)

Webrepublic hat die Ausschreibung der Schweizerischen Post für den konsolidierten Media-Einkauf im Online-Kanal für eine Dauer von drei Jahren gewonnen. Damit gehört die Agentur für Performance- und Werbekampagnen dem Pool der Online-Media-Agenturen der Post an, wie es in einer Mitteilung heisst.

Das bedeute, dass sämtliche Konzerngesellschaften der Post in den kommenden drei Jahren auf die Dienste der Zürcher Agentur zurückgreifen könnten, wenn es um Konzeption und Umsetzung von Performance Advertising gehe. Zudem werde Webrepublic neben anderen Agenturen auch Dienstleistungen im Bereich Programmatic Advertising erbringen.

Die Agentur konnte sich laut Mitteilung im mehrmonatigen Evaluations- und Pitchverfahren durchsetzen, weil sie ein schlüssiges und umfassendes Konzept für den mehrsprachigen Zielmarkt der Post und die künftige Zusammenarbeit präsentiert haben konnte. Zudem habe sie in den vergangenen Jahren für einzelne Konzerngesellschaften, darunter PostFinance und Postshop, bereits überzeugende Arbeit geleistet. (pd/tim)

(/)

**Adresse**

persönlich Verlags AG  
Birmensdorferstr. 198  
8003 Zürich



Tel.: +41 (0) 43 960 79 00  
Email: [info@persoenlich.com](mailto:info@persoenlich.com)