

## Pressemeldung

Wien, am 5. April 2024

### Das Shopping-Event WOMAN DAY – einzigartig in Österreich

Am 4. April 2024 sorgte der WOMAN DAY einmal mehr für Shoppinglaune im ganzen Land. Hunderttausende freuten sich, die neusten Trends der Frühjahr-Sommer-Saison mit bis zu 25 Prozent Rabatt entdecken zu dürfen. Damit erwies sich der WOMAN DAY erneut als Erfolgskonzept.

Melanie Zingl, Chefredakteurin von WOMAN, betont: *„Wir sind stolz, mit dem WOMAN DAY ein Event etabliert zu haben, das nicht nur die Marke WOMAN stärkt, sondern vor allem unseren Leser:innen und User:innen viel Freude bringt. Für viele ist der WOMAN DAY ein Fixtermin, auf den sie sich lange im Vorfeld einstimmen. Auch wir sind motiviert, immer wieder mit neuen Highlights rund um den beliebtesten Shoppingtag des Landes zu überraschen. Die Begeisterung für diesen einzigartigen Event verbindet uns mit unseren Leser:innen. Ich möchte aber vor allem auch unsere großartigen Partner:innen und die Mitarbeiter:innen in den Geschäften ins Rampenlicht rücken, die den Erfolg des WOMAN DAY überhaupt erst ermöglichen.“*

Das Shopping-Event wurde vorab mit einer reichweitenstarken Kampagne beworben: Von Print, Radio und TV bis hin zu Social Media – der WOMAN DAY war auf allen Kanälen präsent. Für unsere Partner:innen bedeutet das hohe Marken-Präsenz im Vorfeld und am WOMAN DAY selbst. Das führt zu einer gesteigerten Frequenz im stationären Handel sowie online. Dreifache Tagesumsätze und ähnlich hohe Verkaufszahlen wie an den Einkaufssamstagen vor Weihnachten sind das Ergebnis.

Auch an diesem WOMAN DAY waren wieder zahlreiche renommierte Marken beteiligt: ABOUT YOU, Armargentum, bonprix, Breuninger, C&A, Das Phantom der Oper – VBW, DOUGLAS, Dyson, Fussl Modestraße, Jean Paul Gaultier Fashion Freak Show, Kleider Bauer, Lounge by Zalando, Magenta, Marienkron, McArthurGlen, Narzissendorf Zloam, ORION, Peek & Cloppenburg, Stadion Center, Turek sowie Zalando.

WOMAN World-Geschäftsführerin Neslihan Bilgin-Kara: *„Der WOMAN DAY ist für die Shopping-Community in Österreich nach wie vor ein Pflichttermin. Da wird schon im Vorfeld geschaut, welche Partner:innen mit welchen Angeboten dabei sind, sowohl stationär als auch online. Viele nehmen sich den Tag frei und gehen dann mit ganz konkreten Kaufabsichten in die Geschäfte. Diese Begeisterung für das einzigartige Shopping-Erlebnis sorgt bei unseren Partner:innen für einen erfolgreichen und umsatzstarken Tag. Darüber hinaus entwickeln wir ständig neue Ideen, um sie zu unterstützen. Wie etwa die elfseitige Heftstrecke in der WOMAN DAY-Ausgabe, in der alle Partner:innen auf einer halben Seite präsentiert wurden.“*

Erste Bilanz der WOMAN DAY-Partner:innen:

Es gelang einmal mehr, die shoppingbegeisterte Community zu mobilisieren und für starke Frequenz und erhöhte Umsätze im Handel zu sorgen.

#### Pressekontakt:

Mag. Snežana Jovanović

Tel.: +43 1 213 12-1571

E-Mail: [jovanovic.snezana@woman.at](mailto:jovanovic.snezana@woman.at)