

Österreichs vitales Jahr

Ein starkes viertes Quartal 2016 bescherte der Mediengruppe ein Wachstum und einen erfolgreichen Launch von oe24.TV.

... Von Skender Fejzuli

WIEN. Für die Mediengruppe Österreich zeigte 2016 eine erstaunliche Vitalität, welche vor allem, laut Oliver Voigt, Geschäftsführer Mediengruppe Österreich, auf einen Anschlag im vierten Quartal zurückzuführen war. „Erfreulicherweise konnten wir alle vier Medien-disziplinen – Zeitung, Online, Radio und auch die Magazine – ausbauen und starteten auch erfolgreich mit oe24.TV“, beschreibt es Voigt zufrieden.

Überraschungsmonat Jänner

Auch außerhalb der Medienwelt war Österreich mit oe24 in einer Welt von trivago, checkfex und Co. gut ausgelastet, und die neue Jobplattform meinJob.at erreichte auf Anhieb einen vorderen Rang unter Österreichs Jobbörsen. Spannend startete auch 2017 für Österreich. „Der Jänner war der Überraschungsmonat, der mit sehr viel Kraft startete. Der Februar war etwas gedämpfter, und ein wirklich guter März beschert uns sukzessive ein wirklich gutes erstes Quartal. Und dies nicht nur im Print, sondern vor allem auch online und in den kleineren Disziplinen.“

Es scheint sich abzuzeichnen, dass 2017 nicht nur konjunktur-



© Christian Bruna

rell ein gutes Jahr wird, sondern auch endlich der Werbemarkt wieder gute Impulse bekommt“, riskiert Voigt einen Blick in die Zukunft.

Oliver Voigt

Geschäftsführer Mediengruppe Österreich.

„HEUTE“

Zweistelliges Wachstum

WIEN. Heute reitet weiter auf der Erfolgswelle. „Auch 2016 konnten wir erfolgreich abschließen; dabei zeigte sich, dass die Werbewirtschaft unser sehr starkes Engagement rund um die Fußball-EM belohnt hat. Die Werbe-Jahresend-Rallye hat die Umsätze im vierten Quartal hochschnellen lassen, und wir haben sehr gut vom Weihnachtsgeschäft profitiert. Im Digitalbereich – hier war und ist Heute, das zeigt auch die ÖWA ganz deutlich, der Highflyer unter den Medienportalen mit einem fast 90% Zugriffsplus (Visits) – konnten wir die Umsätze auch deswegen zweistellig steigern“, blickt ein sehr zufriedener Wolfgang Jansky, Geschäftsführer Heute, zurück.

Ergänzung für Postwurf

Als besonders erfreulich beschreibt er die Entwicklung im Jahr 2017: Jansky sieht, dass Heute für das wichtige Kundensegment Handel zur Alternative bzw. Ergänzung für den Postwurf im städtischen Raum wird. Im digitalen Bereich sieht der Geschäftsführer auch weiteres Potenzial. „In wenigen Tagen launchen wir unsere komplett neue Heute-App – auch von dieser kann sich die Werbewirtschaft viel erwarten“, sieht Jansky eine weiterhin erfolgreiche Zukunft für Heute mit anhaltenden Wachstum.



© Christine Pichler/Die Presse

„Die Presse“ im Plus

Umfassende Digitaloffensive mit Relaunch.

WIEN. Das Jahr 2016 war für die Presse ein sehr arbeitsintensives, aber auch gutes Jahr.

„In der jüngeren Vergangenheit haben wir unsere Strategie, Organisation und Prozesse deutlich geschärft und die Presse in ihrer Produktwelt und -vielfalt ausgebaut. Der Printmarkt steht durch das geänderte Mediennutzungsverhalten vor einer großen Herausforderung. Die Presse hat

Anfang des Jahres eine umfassende Digitaloffensive gestartet, die Website einem Relaunch unterzogen und Premium-Inhalte eingeführt. Unsere Leser gehören seit jeher zur Zielgruppe der Opinion Leader und Besserverdiener, wovon unsere Partner aus der Werbewirtschaft natürlich besonders profitieren“, so Herwig Langanger, Geschäftsführer der Presse.



© Heute/Philipp Horak