

An allen Fronten

Kurier Digital darf sich heuer wieder über die Zahlen der ÖWA freuen. Im Interview: Kurier Digital-Geschäftsführer Martin Gaiger.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. Seit 2015 ist Martin Gaiger Geschäftsführer von Kurier Digital. Heuer konnte Kurier Digital wieder ein Rekordergebnis erzielen: Das Dachangebot (kurier.at, futurezone.at, film.at und events.at) erreichte 4,616 Mio. Unique Clients, was einem Wachstum von 48,6% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Das Nachrichten-Portal kurier.at wurde von knapp 3,9 Mio. Unique Clients besucht und steigerte damit seine Zugriffsrates im Vergleich zum Vorjahr sogar um 59%. Gaiger zeigte sich im Interview zu Recht begeistert.

medianet: Bei der ÖWA Basic für Oktober 2017 konnte das Kurier Online-Angebot ein neues Rekordergebnis verzeichnen – wie erklären Sie sich selbst diesen großartigen Erfolg?

Martin Gaiger: Konsequente, harte Arbeit an allen Fronten. Wir haben mit Stefan Kaltenbrunner, unserem Online-Chefredakteur, ein Redaktionsteam für kurier.at aufgebaut, das hervorragende Arbeit leistet. Zwei



© Kurier

Team

Martin Gaiger, Geschäftsführer Kurier Digital (r.), gemeinsam mit Stefan Kaltenbrunner, dem Chefredakteur von kurier.at.

ten Journalistenpreisen für ihre Arbeiten ausgezeichnet worden. Auch die Zusammenarbeit mit den Kollegen von der Tageszeitung wird immer intensiver. Viele exklusive Stories kommen von den zahlreichen, hervorragenden Redakteuren aus unserer Kurier-Tageszeitungsredaktion. Wir sind technologisch hervorragend aufgestellt und bewältigen die Anforderung, mobile Seiten schnellstens zu laden, was bei mittlerweile fast 70 Prozent mobiler Zugriffe von enormer Wichtigkeit ist, und werden bei Google bestens gerankt. Wir konnten die Marke Kurier insgesamt als Absender vertrauenswürdiger journalistischer Qualität positionieren. Das bestätigt sich auch dadurch, dass 52 Prozent unserer Besucher direkt unsere Seiten besuchen und viele weitere auf Empfehlung, und dann kommen Search Engines und zuletzt Social Media.

medianet: Was umfasst das Kurier Online-Angebot?

Gaiger: Wir publizieren derzeit fünf Portale: kurier.at ist das Informationsportal der Millennials und österreichischen Meinungselite, futurezone.at ist das Portal der Digital Natives, events.at für alle Kunst- und Kulturinteressierten und film.at für alle Kino- und Filmfans. Erst vorletzte Woche kam motor.at dazu, mit einem Fokus auf Auto-News und e-Mobility, und schaffte es, ohne große Ankündigung oder Bewerbung mehr als 60.000 Besucher zu begeistern.

medianet: Welche Bedeutung hat die Kooperation von kurier.at mit schauTV für den neuerlichen Erfolg?

Gaiger: schauTV ist und wird immer stärker ein besonders wichtiger Bestandteil unserer Online-Angebote. Wir kennen alle die Steigerungsraten im Online-Video-Bereich. Auch hier wird erkennbar, dass sich das Online-Publikum Nachrichten von vertrauenswürdigen Quellen holt. Deshalb entwickeln wir eine Online-Plattform für schauTV und optimieren permanent das Kurier-TV-News Nachrichtenangebot. Daraus entsteht nun auch ein multimediales Werbeangebot für unsere Kunden mit Präsenz im klassischen Fernsehen, auf kurier.at und schauTV.at sowie auf YouTube.

medianet: Wie will man diesen Rekord jetzt noch toppen?

”

Wir konnten die Marke Kurier insgesamt als Absender vertrauenswürdiger journalistischer Qualität positionieren.

Martin Gaiger
Kurier Digital

unserer kurier.at-Redakteure – Yvonne Widler und Moritz Gottsauner-Wolf – sind zuletzt mit Österreichs renommiertes-

“

User

52% der kurier.at-User besuchen die Seiten direkt. Viele gelangen auf Empfehlung zum Online-Angebot des Kurier, andere durch Search Engines und schließlich Social Media.



© Panthermedia.net/Leung Cho Pin