

konsumieren. Wie ist hier der Stand?

Ganner: Hier ist der Beta-Release schon in den App-Stores verfügbar. Die finale Version wird vermutlich in Q1 2018 kommen. Dabei wird nicht nur die App gelauncht, sondern auch der gesamte Kiosk auf www.kiosk.at – und dann kann man sich aussuchen, ob man eine ganze Ausgabe oder nur einzelne Artikel konsumieren möchte.

medianet: Werden Sie das Portfolio erweitern und wenn ja, in welche Richtung?

Ganner: Im Bezug auf das Angebot der Verlage wird die Reise vor allem noch mehr in den internationalen Bereich gehen. Auf Kundenseite werden wir versuchen, durch intelligente Algorithmus-Lösungen etwa den Usern noch mehr Artikel vorzuschlagen, die ihrem Interesse entsprechen könnten und so die Nutzung steigern.

Es gibt natürlich auch Fantasien, gezielt bestimmte Usergruppen mit einem passenden Content-Angebot anzusprechen. So liegt es nahe, weitere Kooperationen etwa mit Reiseveranstaltern einzugehen, damit diese ihren Kunden auch im Ausland österreichische Medien kostenlos als zusätzlichen Service anbieten können.

Generell ist unser Angebot für all jene interessant, die selbst Kunden, Klienten oder User haben, die in einer Situation sind, in der sie Zeit haben, unser Portfolio zu genießen – von der Wartehalle am Flughafen bis zum Vorzimmer eines Arzts.

Unser prominentester FreeLounge-Partner sind die ÖBB. Seit einigen Wochen ist in allen Railjetzügen der Austria-Kiosk verfügbar. An den Bahnhöfen werden die jeweils aktuellsten Versionen der Medien auf den im Zug befindlichen Server geladen und sind damit während der Fahrt sofort verfügbar.



© APA/Ludwig Schedl

medianet: *Kommen wir nochmals auf die Verlagsseite zurück. Welchen Vorteil hat eine Präsenz für jene Medien, die vielleicht noch nicht im Austria-Kiosk vertreten sind?*

Ganner: Die letzten ÖAK-Zahlen haben gezeigt, dass die ePaper-Abrufe grundsätzlich steigen. Die Bereitschaft, Content in dieser Ausgabeform zu konsumieren, steigt, und jeder Verlag, der in den Austria-Kiosk geht, hat potenzielle 25.000 User, die zahlungspflichtigem Verlagscontent in ePaper-Form gegenüber grundsätzlich sehr aufgeschlossen sind.

medianet: *Bei digitalen Verlagsinhalten scheitert es ja auch oft daran, dass sich User auf jeder Plattform mit all ihren Daten jeweils neu einloggen müssen ...*

Ganner: Genau zu diesem Thema arbeiten wir unter dem Titel „MediaKey“ an einer verlagsübergreifenden Lösung. Dabei sollen User die Möglichkeit haben, ohne Brüche und Barrieren Content unterschiedlicher Verlage nutzen zu können. Das haben wir im Austria-Kiosk jetzt schon, und das wird durch MediaKey auf die Websites der teilnehmenden Verlage ausgedehnt.

medianet: *Wie wichtig ist der Austria-Kiosk für Verlage und Medien, um neue Leserschichten zu erreichen?*

Ganner: Um genau das zu erreichen, wird unsere Startseite ständig mit anderen Medientiteln neu generiert. Das ist sicher ein Asset. Man darf eines nicht unterschätzen: Alle diese Verlage haben starke Marken –

”

Mittlerweile stehen wir bei 300 Publikationen, gestartet sind wir mit ca. 100.

Klemens Ganner
APA-DeFacto

“

und die haben die Leser im Kopf. Durch die ständige Rotation der Zeitungen sieht man dann aber bestimmt das eine oder andere, was man noch nicht kennt. Wie stark hier unser Einfluss ist, kann ich nicht sagen; die Möglichkeiten sind aber durchaus gegeben.

medianet: *Wie sieht es generell mit der Vermarktung aus? Immerhin promotet jeder Verlag, der sein Angebot im Austria-Kiosk werblich unterstützt, automatisch auch das Angebot aller anderen ...*

Ganner: Generell unternehmen sowohl wir als auch die Verlage Anstrengungen, um den Austria-Kiosk zu promoten. In den Bereichen der FreeLounge stellen wir sehr viel zur Verfügung – wie Aufsteller und anderes Infomaterial. Im B2C-Bereich sind wir selbst tätig, mit Newslettern und Kampagnen – auch mit ge-

meinsamen Kampagnen mit den Verlagen.

medianet: *Kommen wir zurück zum Portfolio des Austria-Kiosk. Ist Video-Content ein Thema?*

Ganner: Nein, nicht für den Austria-Kiosk, für die APA an sich natürlich sehr wohl. Man muss in der Kommunikation und in dem, was man anbietet, klar und verständlich bleiben und kein Tool sein, das vorgibt, alles zu haben. Grundsätzlich wäre Video für den ePaper-Bereich schon ein Thema; ich sehe es aber eher bei den Verlagen selbst angesiedelt. Es geht ja auch darum, dass im ePaper derzeit der Print-Content eins zu eins abgebildet wird. Beginnt man hier zusätzliche Inhalte wie etwa andere Werbeformen zu integrieren, wird es unglaublich komplex.

medianet: *Kann es nicht auch sein, dass der Leser ohnedies eine eins-zu-eins-Abbildung des Printprodukts will?*

Ganner: Das ist sicherlich auch ein Thema: Ich verlasse nicht mein gewohntes Terrain, ich lese normalerweise Print und ich finde mich dort wieder und kenne mich dort aus. Es gibt einen Anfang und ein Ende.



© Screenshots kiosk.at

Kiosk

Der Austria-Kiosk ist Österreichs digitaler Zeitungsstand. Gut 300 nationale und internationale Zeitungen, Zeitschriften und Magazine gibt es hier in digitaler Form zu entdecken – rund um die Uhr, auf einer Plattform.