

”

*Das Magazin ist unser Herzstück, aber wir wollen mit den anderen Angeboten eine Erlebniswelt kreieren, die täglich für unsere Leser zur Verfügung steht.*

... Von Elisabeth Schmoller-Schmidbauer

**Marlene Auer**  
Chefredakteurin  
Kurier freizeit

“

**G**erade am Printmarkt sind 35 Jahre eine lange Zeit, in der zahlreiche Magazine und Zeitschriften kommen – und auch wieder gehen. Die *Kurier freizeit* hingegen ist eines der wenigen Medien, das es mit einer wöchentlichen Reichweite von 3,8% (MA 2023) geschafft hat, sich als Fixpunkt am österreichischen Lesermarkt zu etablieren – und das seit bereits 35 Jahren.

„Ich denke, der Erfolg von *Kurier freizeit* liegt darin, dass wir das Magazin durch neue redaktionelle Formate und einen grafischen Relaunch weiterentwickelt und modernisiert, dabei aber die Kern-DNA des Magazins erhalten haben“, erzählt *Kurier freizeit*-Chefredakteurin Marlene Auer anlässlich des runden Jubiläums. „Zudem haben wir ein Markenuniversum geschaffen und damit Innovationen gesetzt. Wir gehen mit der Zeit und haben neue Kanäle und Produkte kreiert, um einerseits die bestehende Leserschaft zu halten, andererseits neue Zielgruppen zu gewinnen.“

#### „Kreieren eine Erlebniswelt“

Thematisch sei man dabei bei der Kern-DNA von *Kurier freizeit* geblieben – beim Sammelsurium der schönen Dinge des Lebens. Diese bildet das Magazin in seinen vier Ressorts Reise, Mode, Kultur & Zeitgeist sowie Kulinarik ab und erreicht damit Frauen und Männer gleichermaßen. „Unsere Leserschaft ist tatsächlich recht ausgewogen“, bestätigt auch Marlene Auer. 46,3% männliche und 53,7% weibliche Leser bzw. Leserinnen bescheinigt die Media-Analyse

2023 dem *Kurier freizeit*. Auer sieht den Grund dafür vor allem in der Themengestaltung: „Es sind Themen, die alle betreffen.“

Seit Marlene Auer vor mehr als fünf Jahren die Chefredaktion von *Kurier freizeit* übernommen hat, ist allerdings auch viel passiert, um weiterhin Leser und Leserinnen zu gewinnen. „Denn vor allem junge Leser und Leserinnen, die nur selten Print konsumieren, kommen sonst unter Umständen gar nicht mehr in Kontakt mit unserem Medium“, sagt sie. „Also haben wir Extensions entwickelt, über die wir Inhalte erzählen und Menschen erreichen können.“

Dazu zählt zunächst die Online-Plattform [www.freizeit.at](http://www.freizeit.at), aber auch Newsletter, Guides oder ein Instagram-Kanal. „Klar ist das Magazin unser Herzstück, aber wir wollen mit den anderen Angeboten eine Erlebniswelt kreieren, die täglich für den Leser und die Leserin zur Verfügung steht. Am Wochenende bieten wir ihnen mit dem Magazin ein Stück Urlaub und bringen die Leichtigkeit des Lebens ins Wohnzimmer unserer Leser.“

#### „Es ist für jeden etwas dabei“

Zusätzlich zu den verschiedenen Channels wurde außerdem, ganz im Sinne der Erlebniswelt, der Event „freizeit.live“ ins Leben gerufen, der vergangenes Jahr erstmals über die Bühne ging. „Die Idee war, mit ‚freizeit.live‘ das erlebbar und greifbar zu machen, worüber wir schrei-



© Martina Berger

ben“, so Auer. Das eintägige Programm bot unter anderem Live-Talks, Lesungen, Masterclasses und Erlebnisstationen – Ort des Geschehens: das Sofitel in Wien. Rund 1.000 Personen waren vor Ort, der Event war noch vor dem Start ausverkauft. „Das Schöne an der Veranstaltung war, dass wir zu unseren Lesern dann auch Gesichter hatten. Und die Leser hatten Gesichter zu den Redakteuren“, so die *Kurier freizeit*-Chefredakteurin. „Weil es letztes Jahr so ein Erfolg war und anlässlich des Jubiläums, findet es heuer auch wieder statt – doppelt so groß.“ Das Programm erstreckt sich diesmal von 21. bis 22. September über zwei Tage im Gartenpalais Liechtenstein und findet sowohl in- als auch outdoor statt, Tickets und Programm finden sich auf [freizeit-live.at](http://freizeit-live.at). „Es ist wirklich für jeden etwas dabei: von Interviews und Talks mit bekannten Größen wie dem Künstler Gottfried Helnwein, über Erlebnisstationen bis hin zu Masterclasses zu unterschiedlichsten Themen.“

#### Die großen Meilensteine

Anlässlich des 35. Jubiläums ist außerdem am 21. September eine umfangreiche Jubiläumsausgabe geplant. „Wir werden von den großen Meilensteinen der vergangenen 35 Jahren erzählen“, verrät Marlene Auer. „Aber uns auch den kommenden 35 Jahren widmen sowie der Frage, was noch auf uns zukommt in Sachen Trends, Zeit-

geist und Lebensstil.“ Und auch *Kurier*-intern, so viel darf verraten werden, stehen die Mühlen nicht still. Auer, die seit einem halben Jahr zusätzlich auch Mitglied der Chefredaktion der Tageszeitung *Kurier* ist und die Verantwortung über den Soft News-Bereich trägt, wird ihr Ressort thematisch künftig ausbauen.

#### Die Mühlen stehen nicht still

„Konkret geht es zum Beispiel um den Bereich Gesundheit, den wir noch stärker beackern wollen“, so Auer. „Denn auch das sind Themen, die alle Leser betreffen – die Älteren im Sinne von Medizin und Forschung, die Jüngeren im Sinne eines gesunden Lebensstils und der Vorsorge.“ Derzeit arbeite man noch an verschiedenen Produkten, auch im Bereich Reise, die ebenfalls auf allen *Kurier*-Channels ausgespielt werden sollen mit dem Ziel der Lesergenerierung.

Und was *Kurier freizeit* betrifft, plant Marlene Auer, den bisher eingeschlagenen Weg fortzuführen: „Wir werden *Kurier freizeit* als Erlebniswelt und Markenuniversum in weiteren Facetten ausdehnen und als täglichen Begleiter in die Lebenswelt des Lesers einfügen. Mit den Kanälen um unser Herzstück, dem Magazin, erreichen wir dann alle Zielgruppen, die wir brauchen. Umgekehrt bekommen die Leser Inhalte, die für ihre Freizeit nützlich sind.“