

## Presseinformation

### KURIER Digital gleich zweimal unter Top 3 der heimischen Onlineangebote

(Wien, 14.05.2020). Die KURIER Digital-Portale – kurier.at, futurezone.at, profil.at, k.at motor.at, film.at, events.at und schautv.at – können während der Coronakrise noch mehr als sonst bei den Usern punkten: Im April 2020 nutzten laut ÖWA Basic 11,71 Mio. Unique Clients die KURIER ONLINE-Medien. Am stärksten performte dabei kurier.at, das mit 8,66 Mio. Unique Clients nur knapp hinter krone.at an 3. Stelle liegt – das bedeutet sowohl hinsichtlich der Online-Netzwerke als auch der -Einzelangebote einen beachtlichen Stockerlplatz.

Bei den Netzwerken konnten nur das ORF.at Network und das styria digital one Dachangebot im Vormonat mehr Unique Clients erreichen als KURIER ONLINE-Medien. Bei den Einzelangeboten wurden nur orf.at und krone.at mehr genutzt als kurier.at, auch futurezone.at erklomm mit 3,06 Mio. Unique Clients einen neuen Rekordwert.

Mehrere Faktoren haben zu diesem Erfolg beigetragen: Neben der steigenden Onlinemediennutzung und der im Vorjahr vorgenommenen technischen Optimierungen waren dies vor allem der gewohnte Qualitätsjournalismus des KURIER-Dachangebots, der auf gut recherchierten und vor allem faktenbasierten Content setzt. Zusätzlicher Mehrwert wird durch das crossmediale Angebot des KURIER Medienhaus geschaffen, das durch die redaktionsübergreifende Zusammenarbeit von Onlineportalen, der Tageszeitung KURIER und von schauTV sämtliche Inhalte auf verschiedenen Kanälen zugänglich macht.

„Qualität, Aktualität, Themen- und Contentvielfalt – so lautet das Erfolgsrezept der KURIER Digital-Medien, die im April die Unique Clients im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt haben. Dieser Mix findet nicht nur bei den Usern Anklang, sondern ist auch ein interessantes Werbesetting, um die Zielgruppe treffsicher zu erreichen“, freut sich KURIER Digital-Geschäftsführer Martin Gaiger. Intelligentes Content-Marketing, präzises Targeting und innovative Werbeformen sind beim KURIER Digital seit vielen Jahren im Einsatz – Brand Safety, Ad Viewability und professionelles Ad Management sind dabei eine Selbstverständlichkeit, um eine attraktive, kaufkräftige Schicht zu erreichen.

„Gerade in der aktuellen Situation beweisen die Medien des KURIER Medienhaus, dass hochwertiger, auf Fakten basierter Journalismus auch bei den Rezipienten auf riesengroßes Interesse stößt – egal ob unser vielfältiges Onlineangebot, die Tageszeitung oder unsere TV-Sender schauTV“, betont KURIER Medienhaus-Geschäftsführer Thomas Kralinger.

„Die KURIER-Redaktion hat außergewöhnlichen Einsatz in außergewöhnlichen Zeiten gezeigt – wir freuen uns sehr, dass unsere Leserinnen und Leser das auch mit steigenden Zugriffen honoriert haben“, so KURIER-Chefredakteurin Martina Salomon.

### **Über KURIER Digital**

Die Telekurier Online Medien GmbH & Co KG betreibt und vermarktet die Internetportale [kurier.at](http://kurier.at), [futurezone.at](http://futurezone.at), [events.at](http://events.at), [film.at](http://film.at), [motor.at](http://motor.at), [schautv.at](http://schautv.at) und erreicht monatlich über 11,7 Millionen Unique Clients. Das KURIER Medienhaus verfügt damit über eines der größten und innovativsten Online-Medienangebote des Landes.

Fotos:

Thomas Kralinger, Geschäftsführer KURIER Medienhaus; Martina Salomon, Chefredakteurin KURIER

Fotocredits: Martin Steiger

Martin Gaiger, Geschäftsführer KURIER Digital

Fotocredits: Franz Helmreich

### **Weitere Informationen:**

Martin Gaiger, Geschäftsführer KURIER Digital

[martin.gaiger@kurier.at](mailto:martin.gaiger@kurier.at)

0043 (0)5 9030-22210