Presseinformation

KURIER positioniert sich unter dem Leitsatz „Wir wollen Klarheit“ neu

Der KURIER schärft mit einer neuen Kampagne seine Positionierung im österreichischen Medienmarkt und setzt mit einem neuen Claim und einem frischen Kampagnendesign von Demner, Merlicek & Bergmann / DMB. auf Klarheit, Orientierung und Zuversicht.

Wien, 20.08.24 – Clickbait-Journalismus, undurchsichtige Algorithmen in den sozialen Medien, zunehmende Radikalisierung und eine unübersichtliche Informationsflut erschweren es Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend, relevante Nachrichten zu erkennen. Der KURIER möchte dieser Entwicklung mit einer schärferen Neupositionierung entgegenreten.

„In einer Welt, in der die Wahrheit Verhandlungsmasse geworden ist, dominieren lautstarke Meinungen an den Rändern alle Kanäle. Scheindebatten und bewusst polarisierende Botschaften werden so intensiv inszeniert, dass der klare Blick auf das, was wirklich wichtig ist, verloren geht“, sagt KURIER Medienhaus-Geschäftsführer Richard Grasl.

Verlässlicher Orientierungspunkt

Die eben gelaunchte Kampagne steht unter dem Dach eines neuen Claims, der sich nach innen und außen richtet: „Wir wollen Klarheit“ prägt als Anspruch seit jeher die journalistische Arbeit der KURIER Journalistinnen und Journalisten und richtet sich an all jene, die auch auf der Suche nach fundierter, verlässlicher und relevanter Information sind.

Breite Gesellschaftsmitte im Fokus

Wie der KURIER versteht sich auch die Kampagne als Sprachrohr für die breite gesellschaftliche Mitte, die in der Öffentlichkeit oft wenig Gehör für ihre Themen findet.

„Die zunehmende Nachrichtenvermeidung ist eine große Gefahr für den demokratischen Diskurs. Dem kann man nur mit Relevanz und Klarheit begegnen. Die Nähe zu unserem Publikum hilft uns da und das ist auch seit der Gründung vor 70 Jahren die Stärke des KURIER. Wir kennen unsere Leserinnen und Leser und wissen, was sie bewegt“, so KURIER-Chefredakteur Martin Gebhart.

Die großen Fragen unserer Zeit

In der Kampagne, die von der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann / DMB. konzipiert und kreiert wurde, bringt der KURIER Themen auf den Tisch, die die österreichische Gesellschaft aktuell bewegen und stellt Fragen in den Mittelpunkt, die uns allen unter den Nägeln brennen. Die Sujets der Kampagne sind eng mit den journalistischen Kernprodukten verknüpft und bieten einen direkten Call-to-Action auf einen thematisch passenden Artikel, der Klarheit für die Rezipientinnen und Rezipienten bringt. Die 360-Grad-Kampagne wird auf sämtlichen Kanälen – Print, Online, Social Media, TV, Radio, Out-Of-Home und Kino – ausgespielt.

„Unser neuer Claim ‚Wir wollen Klarheit‘ bringt uns auf Augenhöhe mit unseren Leserinnen und Lesern, die in der Komplexität der Welt beim KURIER einen Anker für ihre Fragen finden“, erklärt Katharina Kofler, Head of Marketing im KURIER Medienhaus. „Unsere Kreativsujets

werden genau die Themen in Szene setzen, die uns alle täglich bewegen. Damit ist unsere Kampagne so lebendig wie unsere journalistischen Produkte: stets aktuell und am Puls der Zeit.“

Katharina Schmid, Geschäftsleitung Strategie DMB., ergänzt: „Man musste sich noch nie so viele Fragen über das aktuelle Weltgeschehen stellen wie jetzt. Viele Menschen fühlen sich dabei überfordert. Die Kampagne schafft Klarheit: der KURIER als unabhängiges Qualitätsmedium liefert die Antworten.“

Bilder:

- ***Sujets der KURIER-Kampagne*** (Credits der Einzelfotos: Ryan Collerd/Carolyn Kaster/Gavriil Grigorov/Laurent Cipriani/Georges Schneider/Max Slovencik/Martin Rauscher/Michael Indra/Sippapas somboonkarn/Smile Fight)
- ***Richard Grasl, Geschäftsführer KURIER Medienhaus*** (Credits: Alexandra Unger/Fotoredaktion Profil)
- ***Martin Gebhart, Chefredakteur KURIER*** (Credits: KURIER/Wolfgang Wolak)
- ***Katharina Kofler, Head of Marketing KURIER Medienhaus*** (Credits: Dominique Hammer)

Rückfragen:

Valentina Dolinar, Assistentin der Geschäftsführung

valentina.dolinar@kurier.at

+43 (0)5 9030 22354