

styria digital one-Vermarktungsangebot wächst um 39 Prozent

Wien/Graz, 11. November 2014: styria digital one (sd one) macht in der neuen ÖWA Basic ihrem Namen alle Ehre und baut die Position als führende Vermarktungsgemeinschaft mit 11.128.767 Unique Clients aus.

Die gebündelte Reichweite der Portale der Vermarktungsgemeinschaft stieg im Oktober gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres bei den Visits um +79,81 Prozent auf insgesamt 55,1 Millionen Visits, die Reichweite des Dachangebots, unter dem die News-, Aktions- und Lifestyleportale der Styria gebündelt sind, stieg um +53,71 Prozent auf 25 Millionen Visits. Auch bei den Unique Clients zeichnet sich der steile Aufwärts-Trend ab: Mit einem Wachstum von 39,14 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 11,1 Millionen Unique Clients baut sd one den Vorsprung als reichweitenstärkste Vermarktungsgemeinschaft deutlich aus.

„Aktueller Content ist King“, erklärt Alexis Johann, Geschäftsführer der styria digital one, die beeindruckenden Wachstumssteigerungen. „Vergangenes Jahr haben uns Mediaentscheider in der Focus-Werbetrendstudie das größte Potenzial unter den Vermarktern zugeschrieben. Mit diesen Zugriffssteigerungen können wir dieser Erwartung gerecht werden. Der Dank und die Ehre für diese beeindruckenden Zahlen gehört unseren Partnern und Mitarbeitern in den Redaktionen, der Entwicklung sowie den digitalen Performance-Teams, sie haben Großartiges geleistet“, so Johann.

Auch im Vergleich zum Vormonat ist eine eindrucksvolle Entwicklung erkennbar. Die Unique Clients stiegen bei den Einzelangeboten gesund.at um +105,35 Prozent und bei miss.at um +76,88 Prozent. tennisnet.com und ichkoche.at erhöhten ihre Visits um +14,69 Prozent bzw. +13,38 Prozent. Ein neuer Rekord ergibt sich bei wirtschaftsblatt.at mit einer Zugriffssteigerung von 5,73 Prozent auf 701.137 Unique Clients. Auch bei diepresse.com zeichnet sich eine erfreuliche Entwicklung ab mit +12,42 Prozent bei den Unique Clients.

Johann: „Das stete Wachstum der einzelnen Portale und der gesamten styria digital one ist jetzt deutlich erkennbar. Den ersten Test haben wir somit bestanden: Wir haben unsere Reichweite im journalistischen Premiumsegment nicht nur stabilisiert, sondern auf teilweise sehr hohem Niveau ausgebaut. Dies sehen wir als Voraussetzung, um im

nächsten Jahr auf breiter Basis Innovation voranzutreiben sowie die Qualität der Werbemöglichkeiten für unsere Werbekunden zu steigern, sei es im klassischen Display-Bereich oder bei Sonderlösungen.“

Das größte Wachstum kommt aus der mobilen Nutzung: In der Ausweisung der mobilen Vermarktungsgemeinschaft haben sich die Visits seit Jahresbeginn auf 16,8 Millionen verdoppelt.

Rückfragenhinweis:

Elisabeth Sonnleitner, MA
elisabeth.sonnleitner@sdo.at
T: 01 / 60117 - 280
sdo.at

Über styria digital one:

styria digital one wurde am 1. Juli 2013 gegründet und bündelt an den Standorten in Wien und Graz die digitalen Verkaufs- und Technischeinheiten von Kleine Zeitung, Die Presse, WirtschaftsBlatt, Styria Multi Media sowie die Vermarktung Styria-externer Portale wie etwa gofeminin.at, tele.at und wetter.tv.