

## Mobil und stationär Nummer 1: sd one bietet Österreichs größtes digitales Werbeportfolio

**Die Ergebnisse der gestern veröffentlichten Studie ÖWA Plus 2015 II (Österreichische Webanalyse) bestätigen die Nummer 1 Platzierung der styria digital one als größter digitaler Vermarkter**

Wien/Graz, 2. Oktober 2015 – Die digitale Vermarktungseinheit der Styria Media Group hält mit einer Nettoreichweite von 63,1 Prozent aller Internetnutzer und einer Nettoreichweite von 35,8% mobiler Nutzer erneut die Führungsposition als Österreichs reichweitenstärkster digitaler Qualitätsvermarkter der in der ÖWA gemessenen Portale. In Summe besuchen damit 3,901 Unique User und davon 2,210 mobile Unique User die Angebote der sd one.

Im Vergleich zum Vorjahr konnte damit eine Steigerung um 3,42 Prozentpunkte erzielt werden. Die Steigerung für mobile Besucher liegt bei 6,42 Prozentpunkten.

"Content gibt es jede Menge im Web, die Mehrheit verstaubt ungelesen. Reichweitzugewinne und Sichtbarkeit gibt es nur, wenn man seine User intellektuell und emotional erreicht. Dieses Kompetenz stellen unsere bekannten Marken wie DiePresse.com, kleinezeitung.at, wirtschaftsblatt.at, miss.at, wogibtswas.at oder ichkoche.at – um nur einige zu nennen - und unsere starken Partnern wie gofeminin.de oder wetter.tv täglich unter Beweis.", erklärt Alexis Johann, Geschäftsführer von styria digital one.

Das geballte Know How im Bereich Contentkreation und Distribution lässt styria digital one bei der Betreuung von Kunden einfließen und hat aufgrund der starken Nachfrage das Team mit zusätzlichen Spezialisten im Bereich Contentstrategie, Traffic & Social Media verstärkt. Dabei sieht sich das Team genau an, über welches Endgerät – also Computer oder Smartphone - der Inhalt der Kunden publiziert werden muss, damit er die Zielgruppe auch erreicht und wirken kann.

„Das Besondere an unserem Portfolio ist also nicht die Größe sondern die Vielfalt. Wir erreichen auch sehr wertvolle und spezielle Zielgruppen und haben damit die ideale Basis, um den richtigen Menschen in Kontakt zu treten“, so Johann.

Führend ist die styria digital one auch in wertvollen Zielgruppen: 61,2 Prozent Reichweite werden bei Haushalts-führenden Internetnutzern, 67,4 Prozent in der Werberelevanten Zielgruppe der 14-59-Jährigen und 74,4 Prozent in der jungen Zielgruppe von 14-19 Jahren erreicht.

#### 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 Verkaufseinheiten von Kleine Zeitung, Die Presse, WirtschaftsBlatt, wogibtswas.at, und weitere Themen- und Lifestyleportale wie ichkoche.at, wienerin-online.at, autnet.at, ichreise.at, u.v.m. sowie die Vermarktung Styria-externer Portale wie etwa gofeminin.at, tele.at und wetter.tv.