

”

Besonders stolz sind wir auf die sogenannte Digital Ad Insertion (DAI). Diese innovative Technologie ermöglicht es den Streamern, an ihre Zielgruppe angepasste Werbeeinhalte anzuzeigen.

kommen werden, was auch ich als Papa sehr begrüße. So viel sei gesagt: Fans des Serien-Hits ‚Cosmo & Wanda‘ werden auf unserer Plattform voll auf ihre Kosten kommen ...

medianet: Sie bieten für Werbekunden auch neue Dinge an. Welche genau sind das?

Stix: Digital ist neben TV aktuell das größte Wachstumsfeld, daher steht für uns die gezielte Arbeit mit unserem SuperStreamer Joyn natürlich im Mittelpunkt unserer Aktivitäten. Wir wachsen hier Monat für Monat im Umsatz, aber auch bei anderen Kennzahlen wie Unique Clients, Videoviews und der Nutzungszeit.

Joyn kann bereits jetzt die gleiche Werbewirkung erzielen wie klassisches TV. Daher steht es für uns außer Frage, dass wir unsere Maßnahmen für Werbekunden für TV und Streaming verschmelzen. Das beste Beispiel ist dafür das aus dem AddressableTV bekannte ‚Cut In XXL‘.

Kurz: Nach Start des Videos ermöglichen wir durch die L-förmige Werbung am Bildrand eine hundertprozentige Aufmerksamkeit für die Werbung. Diese Einblendung kann bei uns jetzt nicht mehr nur im TV, sondern auch auf Joyn gebucht werden.

medianet: Welche Neuerungen gibt es noch?

Stix: Besonders stolz sind wir auf die sogenannte Digital Ad Insertion (DAI). Diese innovative Technologie ermöglicht es den Streamern, an ihre Zielgruppe angepasste Werbeeinhalte anzuzeigen. Das Beste ist: Unsere Werbekunden können sich dadurch markentechnisch optimal im Streaming-Umfeld positionieren und die für sie passenden

Michael Stix
CCO ProSiebenSat.1
Puls 4 Gruppe

“

Userinnen und User erreichen, was einen enormen Mehrwert darstellt. Ausgespielt werden diese dann in den Werbeblöcken der Livestreams der Joyn-Channels.

medianet: Bleiben wir bei den Usern. Hier liegen Sie bei den erwähnten 1,4 Million monatlich

allen Österreicherinnen und Österreichern kostenlos zugänglich machen.

Derweil gelingt uns das schon ganz gut – allein im Februar konnten wir im Vergleich zum Vorjahr die Zahl an Monthly Active Users um 85 Prozent steigern. Unser SuperStreamer kommt also gut an; das motiviert vor allem noch knapp vor dem ersten Geburtstag von Joyn, den feiern wir Mitte Mai am 4Gamechangers Festival.

medianet: Kommen wir zum Schluss zu Puls 24 – wie entwickelt sich Ihr News-Sender, nicht nur, aber vor allem auch die mobile App P24?

Stix: Danke für diese Frage, denn das ist für mich die mit Abstand größte Überraschung

im Vergleich zu 2022 ein Plus von knapp 70 Prozent erzielen. Zusätzlich wird die P24 Mobile App mit über einer Million Downloads bei den Nutzerinnen und Nutzern immer beliebter. Besonders wichtig – gerade in einem Superwahljahr, in dem wir uns aktuell befinden – ist, dass auf unserer Plattform jeder bestens informiert wird und darauf vertrauen kann, dass wir, im Hinblick auf die Meinungsvielfalt und Objektivität, sämtliche Themen von beiden Seiten beleuchten und analysieren.

medianet: Wie kann ich als Kunde hier präsent sein?

Stix: Gutes Thema, denn unsere Kunden denken bzw. sagen mir immer wieder ‚Freut mich für euch, aber was hilft mir das, im News-Umfeld kann ich doch ohnehin gar nicht bis wenig werben.‘ Absoluter Irrglaube! Denn neben klassischen Werbemöglichkeiten wie Instream-Video und Display-Banner gibt es dort auch noch die Option von Advertorials, 1st-Contact-Platzierungen, Fixplatzierungen und Gewinnspielen. Ob im TV, Joyn oder Puls 24, wir machen (fast) alles möglich. (fej/mab)



Die Streaming-Plattform Joyn bietet zahlreiche Werbemöglichkeiten.

aktiven Usern mit insgesamt 5,2 Million Downloads. Können Sie diese Zahlen für uns etwas einordnen, und was ist das nächste Ziel?

Stix: Allgemein möchte ich an dieser Stelle noch einmal festhalten, dass wir mit dem aktuellen Wachstum von Joyn ausgesprochen zufrieden sind. Unsere Nutzer stehen immer im Fokus, dementsprechend werden wir weiterhin Joyn ausbauen und

heuer. Dass wir neben Joyn sowie neben einer Flut an (Fake-) News auf Social Media so ein starkes Wachstum mit Puls 24 hinlegen, ist beeindruckend.

Das ist einem perfekten Zusammenspiel unserer Redaktion um Corinna Milborn mit unserem Digitalteam zu verdanken.

Die Unique Clients der Nachrichtenseite puls24.at liegen konstant im siebenstelligen Bereich und konnten im Vorjahr

”

Allein im Februar konnten wir im Vergleich zum Vorjahr die Zahl an Monthly Active Users um 85 Prozent steigern.

“