

PRESSEINFORMATION

Wien, 2. März 2017

„Die Presse“: *premium*-Artikel seit 1.3. kostenpflichtig

Am 16. Jänner wurde der Relaunch von DiePresse.com erfolgreich umgesetzt, das Layout sowie die Technologien hinter sämtlichen digitalen Plattformen wurden full responsive und auf den neuesten Stand gebracht. Mit diesen Neuerungen wurden auch erstmals *premium*-Artikel eingeführt, die nach einer Registrierungsphase seit dem 1. März kostenpflichtig sind.

Die Digital-Offensive der „Presse“ startete am 1. März in die nächste Phase: User können *premium* nun entweder im klassischem Abonnement um zehn Euro pro Monat oder als Artikeleinkauf erwerben. Der Preis liegt dabei bei rund 0,50 Euro.

„Qualitätsjournalismus muss kompakt, tief gehend sowie hintergründig informieren, schnell und unverkennbar sein. Die Redaktion der ‚Presse‘ bietet das ihren Lesern Tag für Tag, dieser Anspruch darf auch etwas kosten“, so Chefredakteur und Herausgeber Rainer Nowak über die Einführung von *premium*.

Um die User an die Neuerung heranzuführen, wurde im Vorlauf eine einmonatige Registrierungsphase eingeräumt, die Rückläufe zeichnen ein positives Bild. Der Wert von qualitativ hochwertigen redaktionellen Inhalten rückt den Lesern immer mehr ins Bewusstsein, was unter anderem durch eine breit angelegte Kampagne mit „Presse“-Redakteuren als Testimonials forciert wurde.

Wissensvorsprung durch *premium*

Welche Artikel unter das *premium*-Angebot fallen, wird von der Redaktion sorgfältig ausgewählt. Dass dabei der Nerv der Leser getroffen wird, zeigen die bisher erhobenen Nutzungszahlen, denn trotz Registrierungsphase zählen *premium*-Artikeln zu den meistgelesenen Inhalten unter DiePresse.com.

Unter den bisherigen *premium*-Artikeln stechen vor allem die neuen Dossiers hervor, die ein wichtiges, oftmals aktuelles Thema besonders tiefgreifend behandeln. Dossiers werden nicht nur oft aufgerufen, die Analyse der Verweildauer zeigt auch, dass sie besonders intensiv gelesen werden. Auf sehr hohes Interesse stießen das aktuell zur Angelobung veröffentlichte Dossier „Die Ära Trump“ oder das Erklär-Dossier „Wer in Syrien Krieg führt“. Thematisch spiegeln sich die Stärken der „Presse“ auch bei der Nutzung von *premium* wider: Inhalte zu Wirtschaft, Politik, Kultur, aber auch Spezialgebiete wie Recht stehen bei den Lesern besonders hoch im Kurs.

„Presse“-Geschäftsführer Herwig Langanger über den Erfolg des Projekts: *„Mit der Registrierungsphase konnten seit dem 1. Februar bereits zahlreiche User gewonnen werden, der Rücklauf ist mehr als zufriedenstellend. Das ist auf die gewissenhafte Planung und den unermüdlichen Einsatz des Teams rund um Online-Chefredakteur Manuel Reinartz zurückzuführen, die hohe Qualität der *premium*-Artikel leistet das Übrige.“*

Rückfragehinweis:

Franziska Keck, Bakk. phil.

Leitung Marketing

0664/800 514-184

franziska.keck@diepresse.com