

PRESSEMITTEILUNG

Größte digitale Medienmarke: Offizieller Startschuss für t-online.de in Berlin

- **Nach der Umsiedlung vom Gründungssitz Darmstadt nach Berlin eröffnete Ströer heute die Redaktion in der Torstraße**
- **Integriertes und multimediales Storytelling: t-online.de realisiert Multiscreen-Multitouchpoint-Konzept**
- **Fokussierung auf Medienstandort und Hauptstadt Berlin für alle publizistischen Tätigkeiten**

Köln/Berlin, 26. Juni 2017 Nach der Umsiedlung vom Gründungssitz Darmstadt in die Hauptstadt und Digitalstandort Berlin, hat Ströer heute gemeinsam mit dem Regierenden Bürgermeister von Berlin, Michael Müller, offiziell den neuen Newsroom von Deutschlands reichweitenstärkstem Portal t-online.de in der Torstraße eröffnet. Von hier aus konzentriert sich das Redaktionsteam unter der zukünftigen Leitung von Florian Harms, ab September Chefredakteur von t-online.de, darauf, die Kernmarke t-online auf allen Kanälen und Plattformen zu stärken und zu einer führenden publizistischen Stimme zu entwickeln. Mit dieser Entwicklung realisiert das Unternehmen sukzessive die Vision eines voll integrierten und multimedialen Storytellings über alle Devices (Desktop, Mobile, Tablets), Kanäle (Websites, Apps, Social Media) und Medien (Online, Public Video) hinweg, das sich neben aktuellen Ereignissen und Trends auch am Nutzerverhalten orientiert. Mit dem Launch dieses einzigartigen Multiscreen-Multitouchpoint-Konzepts erreicht t-online.de rund 47 Millionen Nutzer pro Monat in ganz Deutschland und wird damit zur größten digitalen Medienmarke.

„Wir freuen uns, dass sich Ströer dazu entschieden hat, sich im Digital Publishing auf den Medienstandort Berlin zu fokussieren. Ströer hat in den vergangenen Jahren eine bedeutsame Digital-Plattform mit vielen starken Marken in Berlin

aufgebaut und damit den Digitalstandort in der Hauptstadt entscheidend gefördert“, sagt Michael Müller, Regierender Bürgermeister von Berlin.

„Der Umzug nach Berlin ist für uns als Unternehmen, aber auch für mich als Person ein sehr wichtiger Schritt. Ich habe vor rund drei Jahrzehnten unser Unternehmen in der Berliner Pacelliallee gegründet und habe seit jeher eine enge Bindung zu unserer Hauptstadt. Für Ströer als einem der größten Medienunternehmen in Deutschland und gleichzeitig einem der größten Digital-Publisher ist es die logische Folge, Deutschlands reichweitenstärkstes Portal an den digitalen Puls des Geschehens nach Berlin zu bringen. Im Herzen der Hauptstadt sind wir nah am politischen Schaltzentrum Deutschlands“, sagt Udo Müller, Gründer und Co-CEO von Ströer. „Basierend auf der Kombination aus massiver Reichweite, den besten Digitaltalenten und unserer großen Mediapower werden wir mit zukunftsweisenden Publishingkonzepten die digitale Medienwelt mitgestalten.“

Die Redaktion wird als innovativer Taktgeber agieren und die Entwicklung von interaktiven Projekten und exklusiven Inhalten aufbauen und konstant vorantreiben. Des Weiteren steht der Aufbau eines eigenen Brand-Reach-Departments im Vordergrund, in dem eigene Teams für SEO, Social Media, Public Video und Sprachsteuerung für eine stärkere Fokussierung auf Reichweitenkanäle sorgen. So hat die Redaktion im Zuge des Aufbaus des neuen Newsrooms in Berlin erstmals die Stelle eines Voice Redakteurs geschaffen. Gemeinsam mit der Chefredaktion wird der Redakteur die Entwicklung einer Voice-Strategie für die Redaktion für Plattformen wie Amazon Echo oder Google Home vorantreiben und verschiedene Content-Formate für die Voice Produkte entwickeln.

Neben t-online.de bildet Ströer Media Brands den zweiten großen Eckpfeiler im Publishing Hub von Ströer in Berlin. Special Interest Portale wie giga.de, kino.de und erdbeerlounge.de sind in ihren Bereichen zu starken Playern gereift, die in der Berliner Medienszene bereits fest etabliert sind.

PRESSEMITTEILUNG

GfK-Reichweitenstudie: t-online.de erreicht rund 47 Millionen Nutzer pro Monat in ganz Deutschland

Berlin, 27.06.2017 Mit dem Launch des einzigartigen Multiscreen-Multitouchpoint-Konzepts erreicht t-online.de rund 47 Millionen Nutzer pro Monat in ganz Deutschland. Dies hat eine aktuelle GfK-Reichweitenstudie ergeben, die von Ströer in Auftrag gegeben wurde. Damit wird t-online.de zur größten digitalen Medienmarke.

„Die Redaktion von t-online.de ist der Contentlieferant für redaktionelle Inhalte auf unserem Public-Video-Netzwerk von Ströer. Damit haben wir einen leistungs- und reichweitenstarken Kanal erschlossen. Wir setzen damit unser einzigartiges Multiscreen-Multitouchpoint-Konzept in die Tat um: integriertes und multimediales Storytelling über alle Devices, Kanäle und Medien hinweg“, sagt Arne Henkes, Director Content der Ströer Content Group. „Gleichzeitig steigern wir damit den unmittelbaren Traffic und vergrößern zugleich die Visibilität der Marke.“

Die Inhalte von t-online.de erreichen über die Multiscreen-Multitouchpoints laut GfK-Studie rund 80 Prozent der deutschen Onliner. In der Zielgruppe 14 bis 29 Jahre sind es sogar 87 Prozent und in der Zielgruppe 30 bis 49 Jahre 81 Prozent. In der Zielgruppe 50+ wird ein Wert von 76 Prozent erreicht. Nicht nur die Altersverteilung, auch die Geschlechter- und Einkommensverteilung ist sehr ausgewogen und ermöglicht damit eine breite Ansprache werberelevanter Zielgruppen. So werden 82 Prozent der männlichen Bevölkerung und 79 Prozent der weiblichen Bevölkerung erreicht. Bei einem Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 bis 3.000 Euro werden 83 Prozent der deutschen Bevölkerung angesprochen, bei einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro sind es sogar 85 Prozent.

Der mobile Internetzugang via Smartphone wird Werbeträger-übergreifend von mehr als 80 Prozent der Kontakte genutzt, was einen hohen Grad an Multiscreen-Nutzung, insbesondere im Zusammenhang mit den Public Video Screens unterstreicht.

Sowohl für die Public-Video-Angebote (bestehend aus Station Video, Mall Video und Infoscreens in Bahnhöfen, S- und U-Bahnstationen, Flughäfen und Shopping-Centern) als auch für t-online.de liegen zudem jeweils getrennte Medien-Leistungswerte vor (erhältlich auf Anfrage). Die Studie hat die Überschneidungsreichweiten im Sinne eines „Unique User“ der digitalen Out-of-Home-Angebote Public Video und des Internetportals t-online ermittelt.

Über Ströer

Die Ströer SE & Co. KGaA ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungstreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Sie beschäftigt rund 4.600 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2016 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,12 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com.

Über t-online.de

t-online.de ist mit einer Reichweite von mehr als 28 Millionen Nutzern pro Monat laut Agof Deutschlands Newsportal Nr. 1. Mit dem Launch des einzigartigen Multiscreen-Multitouchpoint-Konzepts erreicht t-online.de die Nutzer über Desktop, Smartphones, Tablets, Social Media und Public Video in ganz Deutschland. t-online.de realisiert damit sukzessive die Vision des „Publishing 3.0“: integriertes und multimediales Storytelling über alle Devices (Desktop, Mobile, Tablets), Kanäle (Websites, Apps, Social Media) und Medien (Online, Public Video) hinweg, das sich neben aktuellen Ereignissen und Trends auch am sich stetig wandelnden Nutzerverhalten orientiert.

t-online.de ist Teil der Ströer Gruppe, eines der führenden Medienunternehmen in Deutschland und gleichzeitig eines der größten deutschen börsennotierten Familienunternehmen. Die Ströer Gruppe beschäftigt rund 4.600 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2016 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,12 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert. Das Unternehmen hat einen starken Digital-Schwerpunkt in den am schnellsten wachsenden Segmenten des Medienmarktes Online, Mobile und Out-of-Home.

Investor Relations

Dafne Sanac
Ströer SE & Co. KGaA
Head of Investor Relations
Ströer Allee 1 · 50999 Köln
Phone: 02236 / 96 45-356
Email: dsanac@stroeer.de

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer SE & Co. KGaA
Leiter der Konzern-Kommunikation
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: presse@stroeer.de

Disclaimer

Diese Pressemitteilung enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer SE & Co. KGaA ("Ströer") oder der Ströer Gruppe, einschließlich Beurteilungen, Schätzungen und Prognosen im Hinblick auf die Finanzlage, die Geschäftsstrategie, die Pläne und Ziele des Managements und die künftigen Geschäftstätigkeiten von Ströer bzw. der Ströer Gruppe. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis von Ströer bzw. der Ströer Gruppe wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. Diese zukunftsgerichteten Aussagen werden zum Datum dieser Pressemitteilung gemacht und basieren auf zahlreichen Annahmen, die sich auch als unzutreffend erweisen können. Ströer gibt keine Zusicherung ab und übernimmt keine Haftung im Hinblick auf die sachgerechte Darstellung, Vollständigkeit, Korrektheit, Angemessenheit oder Genauigkeit der hierin enthaltenen Informationen und Beurteilungen. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen können ohne jedwede Benachrichtigung geändert werden. Sie können unvollständig oder verkürzt sein und enthalten möglicherweise nicht alle wesentlichen Informationen in Bezug auf Ströer oder die Ströer Gruppe. Ströer übernimmt keinerlei Verpflichtung, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen öffentlich zu aktualisieren oder anzupassen, weder aufgrund von neuen Informationen, zukünftigen Ereignissen oder aus anderen Gründen.