

Pressemeldung

28.06.2022

Reichweite ist gut, Kaufkraft ist noch besser!

Rund 1,367 Mio. User:innen konnte die VGN Digital Gruppe in einem Ø Monat Q1 2022 auf ihren Plattformen begrüßen. Dabei wurden 18,172 Mio. Page Impressions generiert, welche eine hohe Interaktionsrate der User:innen belegen sowie die Relevanz der VGN Medien Marken für unsere Communities verdeutlichen. Zudem hat trend.at, laut Affinitätsindex der ÖWA, die User:innen mit der höchsten Kaufkraft und dem höchsten HH-Nettoeinkommen.

Das breite Themenspektrum des VGN Digital Markenportfolios – von Wirtschaft, Politik, Technik, Unterhaltung, Motor, Kulinarik, Wellbeing bis zu Lifestyle & Mode, ermöglicht unseren Werbekunden einen vielfältigen Zugang zu meinungsstarken & aktiven Communities. In Summe erzielte das Dachangebot der VGN Digital Gruppe einen Marktanteil von 21,3 % auf Basis der User:innen von Plattformen diverser Medienhäuser verlegerischer Herkunft. Die Kaufkraft ist dabei ein wesentliches Merkmal der VGN Digital User:innen. Speziell trend.at, die Marke für wirtschaftlich Interessierte und Menschen mit unternehmerischer Verantwortung, kann diesbezüglich im Affinitäts-Ranking aller erhobenen Einzelangebote lt. ÖWA eine Nr. 1 Platzierung bei User:innen mit Kaufkraftstufe 1-2 (Affinität 150) bzw. Haushaltsnettoeinkommen von mindestens € 5.000,- (Affinität 152) belegen. Das spricht für höchste Effizienz bei der Werbebudgetplanung durch eine zielgerichtete Kontaktaussteuerung in einem hochwertigen Premium-Umfeld.

Die kaufkräftigen User:innen gepaart mit einem sicheren Werbeumfeld, bieten eine optimale Kampagnenumgebung. Dazu Andreas Quiner, Teamlead Digital Sales: „Wir befinden uns mitten in einem strategischen Wandel. Dieser stellt unsere Communities, die sich aufgrund journalistischer Qualität und Relevanz an unsere Medienmarken gebunden fühlen, ins Zentrum all unserer Überlegungen. Wir freuen uns, dass die aktuelle Messung der ÖWA unsere Strategie bestätigt. Bei der VGN erreichen Werbepartner die Richtigen, nämlich jene User:innen die adressierbar und monetarisierbar sind.“

*Quelle: ÖWA 2022-I, Ø Monatsreichweite, österr. Internetuser:innen 14+ | Berechnung Marktanteil: Basis Ø Monatsreichweite der Dachangebote von Medienhäusern verlegerischer Herkunft

Pressekontakt

Assistentin der Geschäftsführung

Andreja Fröhlich

Tel.: +43 1 213 12-6801

E-Mail: froehlich.andreja@vgn.at