

Austria-Kiosk 3.0

Artikelkiosk-Apps mit Community-Funktionen

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 3. Ausschreibung	Status	abgeschlossen
Projektstart	15.02.2017	Projektende	31.12.2018
Zeitraum	2017 - 2018	Projektaufzeit	23 Monate
Keywords	E-Inclusion, Medien, Kiosk, Artikel, App, Vermarktung, E-paper, Unbundling, Kuratierung, Zeitungs-Community		

Projektbeschreibung

Wie Nachrichten heute konsumiert werden hat sich stark verändert. War es früher noch die Tageszeitung des Vertrauens, prasselt heute eine Unmenge an News aus multimedialen Channels auf die LeserInnen ein. Und obwohl der Zugang zu aktuellen Informationen noch nie so einfach war, beschleicht einen das Gefühl, die wirklich wichtigen Nachrichten bzw. die relevanten Stories nicht mehr aus der Informationsflut herausfiltern zu können. Die reichweiten-optimierten Algorithmen der Big 5 aus Silicon Valley bieten hier keine adäquate Antwort, da man letzten Endes wieder in der Filter- und News-Bubble landet.

Austria-Kiosk 3.0 möchte das bestehende Bedürfnis nach Orientierung, professioneller Auswahl und Einordnung von Nachrichten bedienen. Im Zuge des eingereichten Projektes wird der Prototyp einer nativen App für das mobile, personalisierte Lesen von Zeitungs- und Magazininhalt auf Einzelartikelbasis zur Marktreife entwickelt und anhand eines mehrphasigen Launchplans in den Markt eingeführt. Aus markentechnischen Überlegungen heraus wird das Projekt an die Plattform Austria-Kiosk (www.kiosk.at) angedockt. Die Applikationen (iOS/Android) sollen neue Zielgruppen ansprechen und einer veränderten Mediennutzung Rechnung tragen.

Wesentliche Herausforderungen liegen in der Entwicklung des Algorithmus für das Empfehlungsmarketing und in der Konzeption von Gamification-Elementen für den Bereich „Paid-Content. Die LeserInnen sollen schnell, effektiv und medienübergreifend (aus allen österreichischen Tageszeitungen und Magazinen) den für Sie relevanten Content entdecken. Der volumnfänglich-funktionale Prototyp befindet sich ab 20.02.2017 im Friendly-User-Test.

Das Projekt umfasst Entwicklungstätigkeiten, die die markteinführenden Maßnahmen ergänzen - sie bergen kein technisches Risiko, da nur etablierte Technologien zum Einsatz kommen und die Business-Logik auf existierenden Komponenten beruht. Die nativen Anwendungen und das Java-Backend sollen um Community Features und Tablet-Versionen erweitert sowie NutzerInnen-Feedback aus dem Soft Launch umgesetzt werden. Im Rahmen des Relaunch wird der existierende Austria-Kiosk an die neuen Designs angepasst , um für die NutzerInnen ein einheitliches Markenaufreten sicherzustellen. Zusätzlich werden wiederkehrende Aufgaben in Analyse und Datenaufbereitung durchgeführt, sowie die Umsetzung von Änderungswünschen und Anpassungen im Rahmen von Marktbeobachtungen vorgenommen. Die Ziele „Anzahl Neukunden“ (100.000) und „Steigerung Markenbekanntheit“ werden über zwei gemeinsam mit den

österreichischen Verlagen durchgeführte Digitalkampagnen sowie eine Social Media-Kampagne auf Facebook erreicht. Als Anreiz für Neukunden dient auch ein automatisch aufgebuchtes 5-Euro-Startguthaben. Die Kundenbindung wird durch ein personalisiertes Newslettersystem gesteigert, welches die Interessen der User sowie die Artikelempfehlungen versierter ExpertInnen und hochkarätiger Journalistinnen integriert. Abgerundet wird das Angebot durch eine Kiosk-interne Community, die Artikel kommentieren, empfehlen und über Soziale Netzwerke teilen wird können

Abstract

Consuming news today has changed a lot. Back in the days one could trust their newspaper of choice. Now, a multitude of news sources from various types reaches readers at ever increasing speeds and frequency. Though access to up-to-date information has never been easier, one is still left with a the feeling that the really important stories can no longer be filtered out of the flood of information. The algorithms (optimized for maximum reach) of the Big 5 from Silicon Valley do not offer an adequate answer, since at the end of the day one is still caught in the filter and news bubble.

Austria-Kiosk 3.0 is dedicated to serve the existing need for orientation, professional selection and classification of news articles. The submitted project's goal is to develop a prototype for a mobile native app, offering readers a personalized reading experience of newspaper and magazine content (on single article basis). The prototype is subsequently developed to market maturity and introduced via a multi-phase launch plan. The project is docked to the existing Austria-Kiosk platform, purely for reasons of brand awareness. The applications (iOS/Android) themselves represent a completely new offering, which also addresses new target groups and reflects current media usage.

Major challenges lie in the development of the algorithm for the recommendation engine, the design of gamification elements for "paid content" and the integration of editorial curators and influencers for selecting content. The goal is that readers should be able to quickly and effectively discover relevant content for them among all Austrian newspapers and magazines.

The stated goals "number of new customers" (100,000) and "increase brand awareness" are achieved by two digital campaigns conducted together with the Austrian publishers as well as a social media campaign on Facebook. Another incentive for new customers will be the prebooked 5-Euro-credit. Customer loyalty is enhanced by a personalized newsletter system that includes interests of the users as well as recommendations of experienced experts and high-profile journalists. Finally, internal community features such as commenting, recommending and sharing on social media may lure in interested readers.

The fully functional prototype will be available from Feb. 20th, 2017 on to an extended range of test users (Friendly-User-Test). The project comprises three groups of development activities that complement the market-launching measures - they do not pose a technical risk, since only established technologies are used and the business logic is based on existing components. The first group includes extensions to the native applications and the Java backend to include community features and tablet versions as well as the integration of user feedback after the open beta test. The second group is concerned with the look and feel of the applications: during the relaunch, the new designs are implemented and integrated into the functional front end. The third group includes accompanying, recurring tasks in analysis and data processing as well as the implementation of change requests and adaptations in the framework because of market observations.

Projektpartner

- APA-Comm GmbH