

Ganz nah Die regionalen Wochenzeitungen hatten ein ganz gutes Jahr 2016 und stehen weiterhin für das lokale Nahverhältnis zu den Lesern.

Regionale Wochenzeitungen

Rang	Medium	Umsatz 2016	Umsatz 2015	Veränderung in Prozent
1	Bezirksblätter Niederösterreich*	53.000.000	50.949.540	+4,0%
2	meine Woche Steiermark*	50.300.000	48.939.469	+2,8%
3	Bezirks Rundschau OÖ*	40.500.000	38.211.178	+6,0%
4	OÖ Tips*	37.500.000	37.360.402	+0,4%
5	Bezirksblätter Tirol*	31.000.000	30.105.897	+3,0%
6	meine Woche Kärnten*	23.500.000	21.989.728	+6,9%
7	Bezirksblätter Salzburg*	20.500.000	19.253.824	+6,5%
9	NON*	20.000.000	16.452.491	+21,6%
8	bz – Wiener Bezirkszeitung*	17.000.000	16.638.022	+2,2%
10	Bezirksblätter Burgenland*	11.200.000	10.943.076	+2,3%
12	Post Kuvert	10.873.000	9.961.837	+9,1%
13	der Grazer*	7.100.000	7.635.601	-7,0%
14	Salzburger Woche*	6.400.000	6.187.297	+3,4%
15	Salzburger Fenster*	3.200.000	3.237.409	-1,2%
16	BVZ Eisenstadt Überregional*	2.600.000	2.505.433	+3,8%
18	Blick ins Land*	2.000.000	1.816.099	+10,1%
17	Rundschau Imst & Landeck*	1.900.000	1.840.271	+3,2%
19	Osttiroler Bote*	1.850.000	1.690.954	+9,4%
20	Kitzbühler Anzeiger*	1.210.000	1.115.259	+8,5%
21	Wirtschaft*	540.000	538.109	+0,4%
22	Salzburger Bauer*	390.000	364.187	+7,1%
23	die Grazerin*	350.000	321.680	+8,8%

Zahlen in €. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellsten Firmenbucheintrag, der Firmenhistorie, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.

„Woche Steiermark“ gut unterwegs

Das Angebot der *meine Woche Steiermark* überzeugte Leser und Kunden.

••• Von Skender Fejzuli

WIEN. Beim zweiten Mal noch besser – so könnte man die positive Entwicklung beim Umsatz der *meine Woche Steiermark* beschreiben. Mit überzeugenden Erfolg richtete sich die Wochenzeitung mit ausgewählten regionalen Schwerpunkten an ihre Leser und die Wirtschaft. Ein Konzept, das aufging.

Sensibilisierung

„Wir kaufen daheim“ – unter diesem Kampagnentitel stand bei der *Woche Steiermark* im letzten Jahr eine Vielzahl an Maßnahmen, die es uns ermöglichen haben, zum wiederholten Male ein sehr gutes Ergebnis zu erreichen. Im Mittelpunkt dieser Kampagne steht die Sensibilisierung der Bevölkerung, wie wichtig es ist, die Wirtschaft vor Ort zu nutzen und dahingehend die Produkte in der Region zu kaufen. „Unser Einkaufsver-

halten von heute bestimmt den Wohlstand in der Region von morgen!“ – neben dieser thematischen Fokussierung lag im

letzten Jahr unser Augenmerk auch darauf, unser digitales Angebot auf www.meinbezirk.at zu erweitern und am Markt

noch nachhaltiger zu positionieren“, beschreibt es ein sehr zufriedener Jürgen Rothdeutsch, Geschäftsführer *meine Woche Steiermark*.

Die Zeitung konnte ihre Performance im letzten Jahr damit steigern und laut Rothdeutsch den positiven Trend 2016 auch gut in das neue Jahr mitnehmen.

Fülle an Maßnahmen

„Strategisch wird der Schwerpunkt im heurigen Jahr darin liegen, die Fülle an Maßnahmen, die wir in den Regionen, aber auch bundeslandweit umsetzen, noch stärker zu bündeln, Synergien zu nutzen und somit unseren Slogan „Einfach näher dran“ für Leser, Kunden und User noch greifbarer zu machen“, gibt der Geschäftsführer der *Woche Steiermark* einen Einblick in das laufende Geschäftsjahr und den strategischen Weg, den man 2017 weiter erfolgreich beschreiten will.



Jürgen Rothdeutsch, Geschäftsführer *meine Woche Steiermark*.