

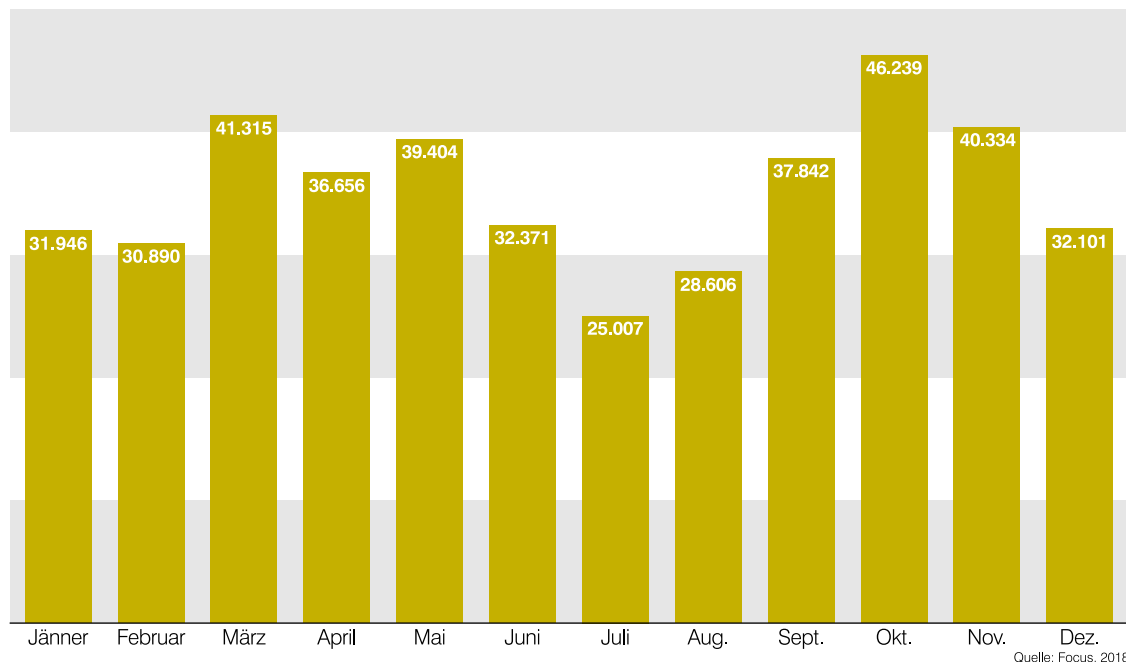
Total lokal Die Strategie, die schon seit Bestehen der Lokal-Medien zu deren Erfolg geführt hat, erweist sich auch im Jahr 2018 als Garant für ein positives Feedback aus der Branche der österreichischen Regionalmedien.

Entwicklung Werbeaufwand 2018 – Regionale Wochenzeitungen

Werbebilanz Regionale Wochenzeitungen 2018: plus 3,2%

Bruttowerbewertung in 1.000 €

Gesamtaufwand 2018: 422.711



© Erich Marschik

Friedrich Dungal
GF NÖ Pressehaus

„Im Herbst haben wir den NÖN eine neue Blattstruktur gegeben, die die gesamte Lebenswelt unserer Leser von der Gemeinde bis zu internationalen Themen noch besser abbildet. In Vitis ist der erste regionale Newsroom entstanden – ein Modell, das wir auf ganz NÖ ausrollen werden. Den Abonnatsatz konnten wir 2018 bei NÖN und BVZ steigern, der Einzelheftverkauf bleibt schwierig. Die Digitalumsätze mit ePaper und eigenvermarkteter Online-Werbung sind deutlich gewachsen. 2019 steht im Zeichen der Vorbereitung auf Paid Content.“



© FMA

Ewald Schnell
GF Bezirksblätter NÖ

„2018 war für die *Bezirksblätter Niederösterreich* sowohl wirtschaftlich als auch am Lesermarkt ein gutes Jahr und schloss sich nahtlos an den positiven Trend der Vergangenheit an. Dank gezielter redaktioneller und werbetechnischer Maßnahmen gelang es, am Leser/User- und am Kundenmarkt voll zu punkten. Gerade unsere Regionalität stellt sich dabei als Erfolgsgarant heraus, der wir auch in Zukunft mit unseren 29 Lokalausgaben Rechnung tragen wollen. Für 2019 sind wir ähnlich optimistisch.“



© Tips

Josef Gruber
GF und Chefredakteur *Tips*

„2018 ist für *Tips* hervorragend gelaufen. Nicht nur mit dem Umsatz sind wir sehr zufrieden, *Tips* ist und bleibt die meistgelesene und somit Lieblingszeitung der Oberösterreicher. Unsere Redakteure sind regional stark vernetzt. Schlägt man unsere Zeitung auf oder informiert sich online unter tips.at, findet man zahlreiche exklusive Nachrichten aus der Region aus erster Hand. Mit NÖ und mehr als einer Million treuen Lesern befindet sich *Tips* weiterhin auf Erfolgskurs; ich freue mich über ein gelungenes Jahr 2018.“



© FMA

Christine Tamegger
GF Kärntner Regionalmedien

„Das Jahr 2018 war – gefolgt auf 2017 – das wirtschaftlich erfolgreichste Jahr in unserer Geschichte. Die seit 25 Jahren regional verankerte Berichterstattung und die klare Fokussierung auf das breit gefächerte Service für unsere Leserinnen und Leser sind ganz klar die Basis für unseren Erfolg. Seit Beginn gilt für uns der Slogan ‚Mehr Heimat hat keiner‘ als Leitfaden, sowohl am Lesermarkt als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Für 2019 sehen wir wirtschaftlich als auch in der Leserreichweite eine weiterhin positive Tendenz.“