

# Regional zum Erfolg

Regionale Nachrichten und ständige Weiterentwicklung bringen *Tips* an die Reichweitemspitze in Niederösterreich.

LINZ. „total.regional.“ lautet das Motto von *Tips*, dem die Regionalzeitung für Ober- und Niederösterreich alle Ehre macht: Das Spektrum der an die jeweiligen Regionen angepassten Ausgaben reicht von Land und Leuten über Politik, Wirtschaft und Sport bis hin zu Veranstaltungen.

Neben den 23 Regionalausgaben legt *Tips* einen besonderen Fokus auf die Online-Berichterstattung und die ständige Weiterentwicklung seiner Formate. So ist *Tips* etwa als erstes oberösterreichisches Medium mit Alexa vernetzt und ermöglicht Nutzern auf diesem Wege den Zugriff auf 23 verschiedene Feeds – einen pro Region. Worauf man sich in Zukunft konzentrieren möchte und warum *Tips* Reichweitenführer in Ober- und Niederösterreich ist, erzählt *Tips*-Geschäftsführer und Chefredakteur Josef Gruber im Interview mit medianet.

**medianet:** Herr Gruber, *Tips* hat 23 Regionalausgaben in Ober- und Niederösterreich. Welche Marketingmaßnahmen planen Sie, um sowohl in Print als auch online mehr Leser in den jeweiligen Regionen zu gewinnen?

”

*In Zeiten von Fake News und einer fast unüberschaubaren Menge an Quellen punkten wir mit regionalen und recherchierten Nachrichten.*

**Josef Gruber**  
Geschäftsführer &  
Chefredakteur *Tips*

“



**Josef Gruber:** Mit einer breiten Mischung aus neuen und altbekannten Leser-Aktionen spricht *Tips* auch 2019 unterschiedliche Lesergruppen an. Mit Eigenaktionen wie etwa dem ‚Sympathicus‘ gelingt es uns, regelmäßig regionale Besonderheiten zu unterstreichen und Organisationen vor den Vorhang zu holen, die in der Region wichtige Leistungen erbringen und den Zusammenhalt stärken.

Die 14. Edition des ‚Sympathicus‘ bietet aktuell den sympathischsten Musikvereinen Oberösterreichs eine Bühne, und die Leser stimmen bis 20. Mai online sowie mit Stimmzetteln direkt aus den *Tips* für ihren Lieblingsverein ab. Erstmals wird heuer auch der ‚Sympathicus Musicus‘ für musikalische

Spitzenleistungen vergeben. Zusätzlich erreichen beliebte Voting-Aktionen wie die Suche nach dem Traumpaar oder dem süßesten Baby durch die Unterstützung im Online-Bereich und die *Tips*-Social Media-Kanäle eine unglaubliche Resonanz. Weiters blicken wir gespannt auf die neue Aktion ‚Gipfelstürmer‘ und freuen uns über tolle ‚Gipfel‘-Aufnahmen der Leser.

Zudem werden laufend Sonderthemen bis hin zu spezifischen Ortsreportagen saisonal und regional redaktionell aufbereitet. Das zeigt einmal mehr, dass wir direkt beim Leser sind und Mehrwerte gemäß unserem Motto ‚total.regional‘ bieten.

**medianet:** Welche Bedeutung hat die Marke *Tips* bei den Le-

sern in den jeweiligen Regionen?

**Gruber:** Ein bedeutender Faktor in Bezug auf die Marke *Tips* ist die Nähe zu den Lesern. Schlägt man unsere Zeitung auf oder informiert sich online unter [www.tips.at](http://www.tips.at), findet man viele exklusive Nachrichten aus der Region. Unsere Leser erfahren sofort, welche Neuigkeiten es in ihrem direkten Umfeld gibt und freuen sich, in der *Tips* bekannte Gesichter und Informationen zu finden, zu denen sie einen persönlichen Bezug haben. Die wichtigen Weltnachrichten bekommt jeder laufend mittels diverser Medienkanäle geliefert, aber Informationen über den eigenen Heimatort lassen sich meist nur schwer finden.

Gerade in Zeiten von Fake News und einer fast unüberschaubaren Menge an Nachrichtenquellen punkten wir mit regionalen Nachrichten und exklusiv recherchierten Themen. Unsere *Tips*-Redakteure und die ‚Regioporter‘ sind gut in den Regionen vernetzt und profitieren von aktuellen Informationen direkt aus erster Hand. Wir sind nicht von Nachrichtenagenturen abhängig, sondern erhalten unsere Neuigkeiten direkt vor Ort.

**medianet:** Welche Kanäle nutzen Sie, um Ihre Zielgruppen zu erreichen und mit ihnen zu kommunizieren?

**Gruber:** Natürlich gilt es auch für die Regionalmedien, die Chancen, die das Internet bietet, zu erkennen und für sich richtig zu nutzen. Vor allem für regionale Medien sehe ich eine hohe Wichtigkeit im Bereich des optimalen Doppelpasses zwischen Online und Print. Aufgrund des steigenden Stellenwerts mit gleichzeitig steigendem Leser-Zuspruch im Online-Bereich zeigt sich auch bei *Tips* ein großer Fokus auf dieses Thema.