

Die Disruption als Chance zur Weiterentwicklung

Vertreter heimischer Wochenzeitungen über ihre Nähe zum Menschen, die prägenden letzten Monate und die Möglichkeit, an der Krise zu wachsen.

•• Von Anna Putz

WIEN. Durchaus herausfordernd sei 2020 gewesen. Man sei aber gestärkt aus der Krise hervorgegangen, so der Tenor der österreichischen regionalen Wochenzeitungen. Wie fast alle Mediengattungen haben auch sie ein Minus (6,6 Prozent zum Vorjahr) in der Werbebilanz hinnehmen müssen.

medianet hat Branchenvertreter um ein Resümee des letzten Jahres und einen Ausblick für das laufende Jahr gebeten. Dabei wurde deutlich, dass Österreichs Wochenzeitungen die Krise als Chance sehen und an den Herausforderungen wachsen wollen. So viel voraus: Regionale Berichterstattung wird auch 2021 Fokus der Branche bleiben.

„Härtetest hat funktioniert“

Gerhard Fontan, Vorstand der RMA, sagt, die „Ereignisse des letzten Jahres haben in einigen Bereichen wie ein Boost auf unsere strategischen Maßnahmen



© PantherMedia/victoria



© RMA

„

Bestehende Strukturen sind zum Teil aufgebrochen und haben Raum für Neues gemacht. Dieser Härtetest hat für uns gut funktioniert (...).

Gerhard Fontan
RMA-Vorstand

“

gewirkt“. Bestehende Strukturen seien zum Teil aufgebrochen und hätten Raum für Neues gemacht. „Dieser Härtetest hat für uns gut funktioniert und uns geformt“, so Fontan. Man würde gestärkt und mit einem anderen Fokus an Themen herangehen. Zudem wollen die Regionalmedien Austria die aktuelle Disruption nutzen, um langfristig ein „hochprofitables Unternehmen weiterzuführen“.

Fontan betont, dass „die nationale Stärke mit zugleich hohem regionalem Fokus sowie die Exklusivität der RMA“, 2021 weiter gestärkt werde. Durch Initiativen wie „die Gründung der

Mediendreh Scheibe in Kärnten, unsere neuen innovativen Apps oder den neuen Medienhub am Wiener Standort“ würde das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens auch in diesem Jahr vorangetrieben werden.

Optimierung als Teil der DNA

Seitens der *Tips*, so Chefredakteur Josef Gruber, sehe man trotz aller Veränderungen weiterhin ein „Interesse an ausführlich recherchierten, regionalen Nachrichten aus dem persönlichen Umfeld“. Daher würde auch das Motto „total.regional“ konstant umgesetzt werden. Bei Lesern würde dies positiv