



© Bezirksrundschau

aufgenommen werden, was die „Zugriffszahlen auf die regionale Corona-Berichterstattung auf tips.at“ zeigen würden.

Dennoch wolle man sich weiterentwickeln – eine „laufende Optimierung, sowohl inhaltlicher als auch technischer Natur“, zähle „zur DNA“ des Unternehmens. Aus diesem Grund werde aktuell in ein Redaktionssystem investiert, das die zeitoptimierte Bespielung aller Nachrichtenkanäle ermöglichen soll.

Im „Zentrum der Überlegungen“ würden aber die Mitarbeiter stehen. Gute Zusammenarbeit und starker Zusammenhalt würden sich in herausfordernden Zeiten zeigen, so Gruber. Den „Tips-Spirit wollen wir auch künftig weiter leben und forcieren“, führt Gruber ferner aus.

Schrittweise Erholung

Trotz aller Freude über die Teamstruktur bleibe aber ein Wermutstropfen: „Die permanente Unsicherheit über mögliche weitere Einschränkungen und Maßnahmen sorgten und sorgen bei heimischen Unternehmen für einen massiven Rückgang der regionalen Werbeausgaben“, meint der Tips-Chefredakteur. Das führe zwar zu einer „herausfordernden Zeit“, man erwarte aber, abhängig vom künftigen Verlauf der Pandemie, „eine schrittweise Erholung im Laufe des Jahres“. Konkrete Prognosen seien dennoch nur schwer möglich.

Trotzdem wolle man positiv in die Zukunft blicken. Heuer würde man das 35-jährige Bestehen der Wochenzeitung feiern. „Unsere gelebte und ehrliche Regionalität wird sowohl von Lesern als auch von Kunden besonders geschätzt; man vertraut uns“, so Gruber.

”

Das vergangene Jahr war eine Herausforderung für alle, nicht nur für die Medien. Wir sehen der zweiten Jahreshälfte 2021 mit vorsichtigem Optimismus entgegen.

Thomas Reiter
Geschäftsführer
Bezirksrundschau

“

Die Rolle des Nahversorgers

Regionalität sei auch für die berösterreichische *Bezirksrundschau* der entscheidende Vorteil, so Geschäftsführer Thomas Reiter. Man hätte die Rolle des „multimedialen Nahversorgers für die Oberösterreicher und Oberösterreicherinnen immer sehr ernst genommen“, meint er. Man sei im letzten Jahr für Leser und die Community „auf allen unseren Kanälen eine unverzichtbare Informationsquelle“ geworden. Das vergangene Jahr hätte gezeigt,

dass Menschen Informationen und Perspektiven benötigen.

Mitgenommen werde aus dem letzten Jahr zum anderen aber auch die Erweiterung des Produktportfolios um den Schwerpunkt Video. „Neben Tradition, die wir leben, wird bei uns auch Innovation großgeschrieben“, so Reiter über den neuen Kanal.

Dennoch sei das vergangene Jahr eine Herausforderung für alle gewesen, „nicht nur für die Medien“. Die *Bezirksrundschau* sei „recht gut durch die Krise ge-

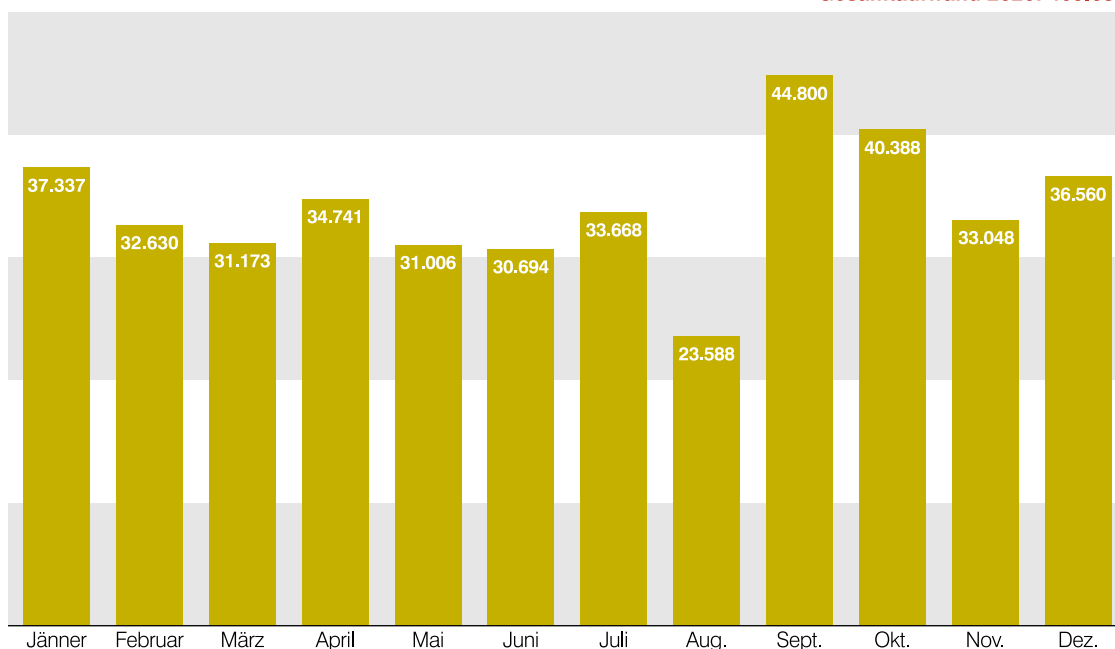
kommen“ und sehe der zweiten Jahreshälfte „mit vorsichtigem Optimismus entgegen“, meint Thomas Reiter. Die „solide Gesamtaufstellung“ – von der lokalen, über die regionale Ebene bis hin zur Einbettung in den nationalen Verbund der RMA – komme dem Unternehmen hierbei zugute.

Als regionale Wochenzeitung betreue die *Bezirksrundschau* Print-, Online- und Social Media-Kanäle. Darüber würden „die unterschiedlichsten Menschen“ erreicht werden, sagt Reiter. Wichtiger: Man löse Emotionen aus, biete Service, mache „das Leben spürbar“. Die Nähe zum Leser bleibt also auch 2021 die Maxime der Wochenzeitungen.

Entwicklung Werbeaufwand 2020 – Regionale Wochenzeitungen

Werbabilanz Regionale Wochenzeitungen 2020: minus 6,6%
Bruttowerbewert in 1.000 €

Gesamtaufwand 2020: 409.635



Quelle: Focus, 2020