

Wochenzeitungen stellen sich Herausforderungen

Einfach sind die Zeiten nicht für Wochenzeitungen – auch wenn sich das Umfeld mittlerweile wieder etwas erholt. Man will mit Verlässlichkeit punkten.

WIEN. Im Jahr 2020 stand für die regionalen Wochenzeitungen ein Minus von 6,6 Prozent da, nun erholt sich der Bruttowerbewert wieder, und die Branche kann um 1,9 Prozent zulegen. Das offenkundige Abklingen der Coronakrise trifft inzwischen auf einen Krieg in Europa – die herausfordernden Zeiten halten an. Aber der Reihe nach.

Flexibilität hilft

„Durch die Pandemie hat sich bereichsübergreifendes Arbeiten sowie unsere Flexibilität enorm beschleunigt. Hybriden Arbeitsmethoden gehört bei uns definitiv die Zukunft, es gilt, das Beste aus Homeoffice und Zusammenarbeit im Büro zu vereinen“, erklärt etwa *Tips*-Geschäftsführer Josef Gruber gegenüber medianet.

„

Hybriden Arbeitsmethoden gehört bei uns definitiv die Zukunft; es gilt, das Beste aus Homeoffice und Zusammenarbeit im Büro zu vereinen.

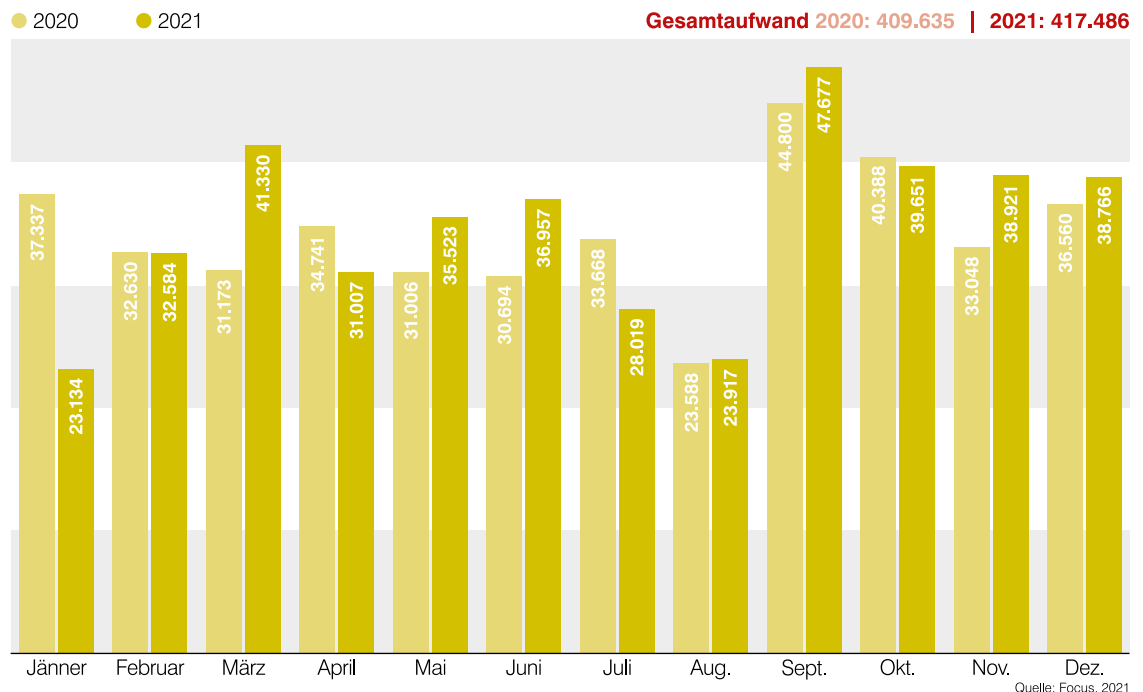
Josef Gruber
Geschäftsführer *Tips*

“

Die *Bezirksrundschau*-Geschäftsführung, Thomas Reiter und Martina Holl, meint: „In Zeiten wie diesen sind viele Dinge schwer planbar oder bes-

Entwicklung Werbeaufwand 2021 – Wochenzeitungen

Werbebilanz regionale Wochenzeitungen 2021: plus 1,9%
Bruttowerbewert in 1.000 €



ser gesagt unvorhersehbar. Das Wichtigste ist, rasch darauf zu reagieren und sich anzupassen.“ Auch während der Lockdowns erschienen die Zeitungen wie gewohnt, Homeoffice wird Bestandteil der Arbeit bleiben – auch bei den RegionalMedien Austria, wie Vorstand Gerhard Fontan zu Protokoll gibt: „Wir haben unser Arbeiten wie auch unser Zusammenarbeiten innerhalb der Unternehmensgruppe enorm weiterentwickelt, weiter an Flexibilität und digitalem Know-how gewonnen.“

Es wird teurer

Doch die Welt kommt nicht zur Ruhe. Die gestiegenen Papierpreise – ein kleiner Aspekt des

Krieges – wirken sich auf die Szene aus. Die RMA versucht, mit „Analyse, Kalkulation und entsprechenden internen Maßnahmen“ verlässlich die gewohnte Qualität zu liefern. Keine leichte Aufgabe, wie man bei *Tips* weiß: „Wir haben mit einer verbreiteten, wöchentlichen Auflage von 703.377 Exemplaren im Durchschnitt des zweiten Halbjahrs 2021 die höchste Printauflage in Oberösterreich. Als auflagenstärkste Zeitung in OÖ trifft uns daher der steigende Papierpreis enorm.“

Die *Bezirksrundschau* wiederum will „sowohl mit unseren digitalen, aber vor allem auch mit unseren gedruckten Produkten eine verlässliche Informati-

onsquelle für die Leser in den Regionen sein.“

Holl und Reiter verantworten schon lange den digitalen Ableger *meinbezirk.at* und sagen: „Die Erweiterung unseres Produktportfolios um den Bereich Video als zusätzlichen Service trifft beispielsweise auch einen Trend der Zeit.“ Die internationalen Nachrichten, so Josef Gruber, bekommen die Menschen ohnehin, „Informationen über den eigenen Heimatort lassen sich dagegen meist nur schwer finden“. Man setzt auf „total.regional“ und „Regional Versorgt“. Denn, so Fontan abschließend, und das gilt für alle: „Wir nehmen die Rolle als Gestalter in den Regionen Österreichs wahr.“