

”

Wenn man in Ischl was braucht, komme ich an der ‚Ischler Woche‘ nicht vorbei. Das freut uns sehr. Wir bemühen uns, gut journalistisch unabhängig zu arbeiten.

gion Oberösterreich, Geschäftsführer von *Tips*. Es ist die auf-lagen- und reichweitenstärkste Gratiswochenzeitung in Oberösterreich. Insgesamt 20 Regionalausgaben werden wöchentlich produziert, auch eine Region in Niederösterreich, Amstetten, ist mit im Boot.

”

Gerade der Kleine spürt es am meisten. Der wirbt nicht auf einmal in allen Medien, sondern er macht eine Werbeeinschaltung und der spürt sofort den Rücklauf.

“

Über das Erfolgsrezept sagt Walcherberger: „Im Grunde genommen sagt unser Slogan ‚Total regional‘ schon alles. Wir sind ja nicht die Einzigen in Österreich, die das machen. Aber was wir stark versuchen, ist, so kleinteilig wie möglich Zeitungen zu machen. Das heißt, wir haben zum Beispiel den Bezirk Linz-Land in zwei Regionalausgaben geteilt, weil er so langgezogen ist. Da hat die eine Seite mit der anderen gefühlt nichts zu tun. Die Menschen kriegen von unseren Produkten das mit, was sich vor ihrer Haustüre tut,

Moritz Walcherberger

und auch sehr, sehr viel in der Vorschau. Wir machen viele Vorberichte von Veranstaltungen, Sportevents, etc., weil ich bei einer Veranstaltung vorher relativ ähnlich schreiben kann wie nachher.“ Die Leserschaft könne sich so entscheiden, wohin sie gehen wolle.

Das Ressort „Das ist los“ sei somit eines der wichtigsten Ressorts und laut Media-Analyse eines der meistgelesenen Ressorts von *Tips*.

Regionales Zugpferd

Die Werbe-Einnahmen spiegeln die Kleinteiligkeit wider: „Der Großteil unserer Umsätze kommt aus kleinen oder mittleren Betrieben aus den Regionen“, schildert Walcherberger. Sehr viele kleine Firmen, die nur in einer Region eines Bezirks schalten würden, hätten dadurch die Möglichkeit, mit wenig Streuverlust für ihr eigenes Geschäft zu werben.

„Gerade der Kleine spürt es am meisten. Der wirbt nicht auf einmal in allen Medien, sondern er macht eine Werbeeinschaltung oder eine Werbekampagne und der spürt sofort den Rücklauf.“ Und so arbeite man mit über 90% Stammkunden, die immer wieder kommen.

Auf die Frage, ob von den kleinen Unternehmen nicht ein immer größer werdender Anteil derer Investitionen in die Google Ads oder Richtung diverser Internetgiganten fließe, antwortet Walcherberger: „Also unser Teil

des Kuchens ist gleich geblieben, weil es einfach funktioniert. Natürlich bieten wir den Kleinen und Mittleren auch Möglichkeiten, bei uns auf *Tips.at* online was zu machen.“

Man könne individuelle „Vor-Ort“-Beratung und eine Kombination aus Print und Online bieten, und genau hier seien die Synergien die Stärke von *Tips*.

Mit 19 Büros in Oberösterreich und durch die Versorgung von Amstetten in Niederösterreich sei man sehr granular aufgestellt. Und auch in Bayern sei man mittlerweile tätig.

langjährigen *Tips*-Chefredakteur Josef Gruber gegründet wurde. „Wenn man in Ischl was braucht, komme ich an der *Ischler Woche* nicht vorbei. Das freut uns sehr. Wir bemühen uns da auch, extrem gut journalistisch unabhängig zu arbeiten, was bei der momentanen Situation in Ischl politisch gar nicht immer so leicht ist“, betont Walcherberger.

In der Chefredaktion von *Tips* gibt es mit Alexandra Mittermayer seit April eine neue Chefredakteurin. „Sie kommt aus der Onlinewelt, ist auch für die Onlinewelt geholt worden, um die



© Screenshot tv medianet.at

Im mediadome pressclub führte medianet-Herausgeber Chris Radda ein Gespräch mit *Tips*-Geschäftsführer Moritz Walcherberger.

Denn im September 2022 wurde ein neues Monatsprodukt gelauncht, rund um Simbach in Bayern und Braunau. Mit einer Auflage von circa 25.000 Stück sei man erfolgreich gestartet.

Ein weiteres besonderes Produkt im Portfolio sei die *Ischler Woche*, ein Wochenkauf-Produkt, das vor 20 Jahren vom

Redakteurinnen und Redakteure auch für Online zu schulen und zu briefen.“ Dies funktioniere bestens, und Mittermayer bringe viel Innovation und Ideen mit.

Den gesamten mediadome pressclub sehen Sie hier:

medianet.tv

Redaktion TV: Willy Bauer