

Das Vorarlberger Medienhaus wurde zur Zeitung des Jahres gewählt

Erfolg für die neue Zeitung

Das Vorarlberger Medienhaus wurde auf dem World Newspaper Congress zur „Zeitung des Jahres“ gewählt. Eine internationale Anerkennung für das innovative österreichische Medienhaus, die für sich spricht. Die Schaffung neuer Geschäfts-



Gezieltes mediales Engagement des Vorarlberger Medienhauses in Europa

modelle bei gedruckten und elektronischen Medien wurde vom Vorarlberger Medienhaus frühzeitig in Angriff genommen. Seit geraumer Zeit ist das Unternehmen auch international tätig:

- Vorarlberger Medienhaus: Standort Österreich
- Inform Media: Standorte Ungarn und Rumänien
- Quoka- und Avis-Verlag: Standort Deutschland

Das Stammhaus mit Sitz in Österreichs westlichem Bundesland Vorarlberg deckt heute für die 360.000 Bürger nahezu alle Medienbereiche ab.

Das Verlagsprogramm reicht von zwei Tageszeitungen mit einer Auflage von 90.000 Exemplaren über Wochenzeitungen, Online-Produkte, Telefondienste und Radio bis zur Herstellung von kommerziellen Drucksorten.

Dabei werden 400 festangestellte Mitarbeiter und ein Netz von freien Mitarbeitern benötigt. In Ost-Ungarn werden vier Tageszeitungen mit 180.000 Exemplaren Auflage und 18 Wochenzeitungen herausgegeben und 500 Mitarbeiter beschäftigt. In Rumänien werden acht Tageszeitungen mit 110.000 Exemplaren Auflage herausgegeben und 410 Mitarbeitern beschäftigt.

Das Unternehmensportfolio wurde zudem mit der Übernahme des Quoka- und Avis-Verlags in Deutschland erweitert. In diesen Unternehmen werden 23 Anzeigenblätter und neun Special-Interest-Titel mit einem monatlichen Inseratenvolumen von

1,5 Millionen Anzeigen vertrieben. Dabei werden über eine Million Exemplare pro Monat verkauft.

Der dynamische Verleger Eugen A. Russ sieht gute Perspektiven für die Zeitung der Zukunft: „Wir werden uns erneut dramatisch verändern müssen, wenn wir unsere heutige Marktposition halten wollen. Und dabei geht es vor allem um die lokalen Märkte. Wir müssen unseren Lesern und Medienkonsumenten immer neue Angebote bieten. Damit können wir in Zukunft nicht nur unsere Marktstellung behalten, sondern sogar die Marktführerschaft erreichen.“

Im Anzeigenbereich halte ich den Einstieg von Google in das Anzeigengeschäft für dramatisch gefährlich. Auch hier müssen wir alles in unseren Kräften Stehende unternehmen, um unsere Märkte abzusichern. Das kann aber nur auf der lokalen Ebene geschehen; im internationalen Marktsegment ist Google ein übermächtiger Konkurrent.“

Wandel der Medien als Chance

Die Kenntnis der Mediennutzungsgewohnheiten innerhalb der einzelnen Zielgruppe ist für das Vorarlberger Medienhaus zwingende Voraussetzung, um entsprechende Produktangebote bieten zu können.

Das Team um Eugen A. Russ hat die Lesergewohnheiten genau analysiert. Führend sind Nachrichten über Menschen vor Themen wie Gesundheit, Lifestyle, Mode,

Reise und Lebensmittel. Dann folgen politische Themen, Katastrophenmeldungen, Filme, Fernsehen und das Wetter, danach Wirtschaftsnachrichten, wissenschaftliche Themen, Sex und Sport.

Beim Radio sind es vor allem musikorientierte neue Formate mit klarer Adressierung an die jeweiligen Zielgruppen. Kurze, plakative Nachrichten und Serviceangebote und Interaktivität ergänzen das Programm.

Das Internet spielt beim Produkt- und Dienstleistungsportfolio des Vorarlberger Medienhauses eine sehr wichtige Rolle. „Das Internet ist in wenigen Jahren zum führenden Massenmedium über alle Altersklassen geworden und wächst rasant“, resümiert Eugen A. Russ.

Die Nähe zum Leser wird mit allen technisch verfügbaren Plattformen ausgebaut. Online-Partynachrichten, bei denen der Internetnutzer seine eigenen Fotos ins Netz stellen kann, werden mit wachsender Tendenz genutzt. Von den 360.000 Einwohnern Vorarlbergs sind pro Jahr 100.000 Online-Nutzer zu verzeichnen.

Online-Bürgerforum ist der Renner

Das Online-Bürgerforum hat sich zum absoluten Renner in Vorarlberg entwickelt. 17 verschiedene Städte bilden das Rückgrat der Kommunikationsplattform der „Vorarlberger Nachrichten“. Die über 2.200 registrierten Teilnehmer sind dem Verlag mit vollem, korrekten Namen bekannt. Ideen, Wünsche und Beschwerden werden dabei von Zeitungsreportern aufgenommen, die das Problem an die jeweiligen Stellen kommunizieren und auch zu lösen versuchen.



