

Presseaussendung, 18.4.2013

Oberösterreichische BezirksRundschau mit neuem Kommunikationsauftritt

Logo-Relaunch, neuer Claim und neue Imagekampagne

Vier Jahre nach dem erfolgreichen Start der Oberösterreichischen BezirksRundschau und eine gute Woche, nachdem ihr die Media Analyse eine konstant hohe Reichweite von 67,6 Prozent in Oberösterreich bescheinigt hat, geht die BezirksRundschau jetzt kommunikativ in die Offensive. Mitte April startet der beliebte „mediale Regionalversorger“ mit Logo-Relaunch, neuem Claim und neuer Imagekampagne durch. Kreativ betreut wird der Kommunikationsauftritt durch die Agentur Createam.

„Wir haben uns gemeinsam mit Experten intensiv mit unserer Markt- und Markenpositionierung, aber auch mit unseren Visionen und Werten auseinandergesetzt“, schildert Gerhard Fontan, Vorsitzender der Geschäftsführung der BezirksRundschau den Entstehungsprozess des neuen Auftritts. „Das Ergebnis ist eine erfrischende Rundum-Erneuerung, die unsere besondere Nähe zum Leser und unser Verantwortungsbewusstsein für die Regionen auf den Punkt bringt.“ Der neue Claim „Immer daheim“ macht deutlich, dass die Rundschau für viele Oberösterreicher ein Stück Heimat geworden ist. Immerhin lesen zwei von drei Oberösterreichern die Bezirksrundschau. Im Internet haben auf bezirksrundschau.com mittlerweile 24.000 „Regionauten“ mehr als 65.000 Berichte veröffentlicht.

Thomas Reiter, Marketingleiter der BezirksRundschau, erläutert die kommunikativen Maßnahmen: „Unser neuer Claim ‚Immer Daheim‘ soll den regionalen Fokus der Bezirksrundschau noch mehr schärfen, deshalb ist er gemeinsam mit dem Logo in der Kampagne auch durchgehend sehr präsent.“ Die Sujets bilden Grundnahrungsmittel, bei denen Qualität und Herkunft stimmen, ab. „Der Vergleich mit der Rundschau als ‚geistiges Grundnahrungsmittel‘ für die Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher liegt somit auf der Hand“, so Reiter.

Durch den Logo-Relaunch konnte der Dynamik des Unternehmens Rundschau auch graphisch Ausdruck verliehen werden. Im Vordergrund stand bei dem moderaten Facelifting auch die Maßgabe, für alle medialen Kanäle wie Internet oder Social Media adaptierbar zu sein. Starten wird die Kampagne Mitte April mit einem umfassenden Media-Mix aus 24-Bogen-Plakaten, Kino-Spots, regionalen TV-Spots, Anzeigen und einer Online-Kampagne mit Gewinnspiel.

Für Martina Holl, Geschäftsführerin der BezirksRundschau, bedeutet der Erneuerungsprozess der Rundschau auch ein wichtiges Signal nach innen: „Nicht zuletzt wird auch unser Rundschau-Team von dem frischen Wind erfasst. Mit diesem Motivationsschub können wir als Medium mit vollem Elan die Herausforderungen der nächsten Monate in Angriff nehmen.“

Gelebte regionale Verantwortung

Die Förderung gelebter regionaler Verantwortung ist das zentrale Anliegen der Rundschau. Neben den 17 Regionalausgaben sind die zahlreichen Rundschau-Aktionen in den Bezirken äußerst beliebt. Dazu gehört etwa der „Super Coach“, der Trainer vor den Vorhang holt, die sich um die Nachwuchsarbeit verdient machen. Der „Florian“, die Auszeichnung für ehrenamtlich Tätige kommt bei den Lesern ebenso gut an wie die neue

Aktion „(Fach)Kraft für die Region“. Um Lösungen für den Fachkräftemangel in den Regionen zu identifizieren, veranstaltet die BezirksRundschau aktuell Diskussionsveranstaltungen in allen Bezirken in Oberösterreich. Die Partner-Unternehmen dieser Aktion lesen sich wie das „Who is Who“ der oberösterreichischen Wirtschaft: BMW Steyr, Greiner, Lenzing AG, Miba oder Pöttinger. Diese und viele andere

Initiativen der Rundschau zielen auf den Erhalt der lokalen und regionalen Strukturen ab, die Oberösterreich so lebenswert machen.

Die BezirksRundschau Oberösterreich ist Kooperationspartner der Regionalmedien Austria.

Quelle: MA 2012 (Erhebungszeitraum 01/2012-12/2012) Netto-Reichweite: Leser pro Ausgabe in Oberösterreich 14plus, max. Schwankungsbreite $\pm 2,1\%$. (BezirksRundschau: wöchentlich, kostenlos).

RMA – Regionalmedien Austria:

2009 von der Styria Media Group AG und der Moser Holding AG gegründet, steht die RMA AG österreichweit für lokale Nachrichten aus den Regionen. Die RMA vereint unter ihrem Dach insgesamt 128 Zeitungen der Marken bz-Wiener Bezirkszeitung, Bezirksblätter Burgenland, Niederösterreich, Salzburg und Tirol, WOCHEN Kärnten und Steiermark, der Kooperationspartner BezirksRundschau Oberösterreich und Regionalzeitungen Vorarlberg sowie 11 Zeitungen der Marken Grazer, Kärntner Regionalmedien, Brennpunkt Schwaz und Wörgler & Kufsteiner Rundschau. Weiters bieten die Internet-Portale meinbezirk.at, woche.at und grazer.at auch im digitalen Bereich lokale und regionale Inhalte.

Weiterführende Links:

BezirksRundschau Oberösterreich: www.bezirksrundschau.com

RMA – Regionalmedien Austria AG: www.regionalmedien.at

Rückfragehinweis:

Mag. Lisa Berger-Rudisch
Moser Holding AG
Brunecker Straße 9, 6020 Innsbruck
M +43/664/414 85 03