

**Presseausendung, 22.9.2016**

## **WOCHEN feiert Jubiläum mit Blick hinter die Kulissen Rund 200 Gäste folgten der Einladung in die Druck Carinthia in St. Veit/Glan**

Einen Blick hinter die Kulissen und in die Zukunft bot die WOCHEN Kärnten rund 200 Kunden, Partnern und Wegbegleitern am Dienstag, 20. September, in St. Veit. Anlässlich des 20-jährigen Bestehens der Wochenzeitung wollten Geschäftsführer Robert Mack und sein 50-köpfiges Team den Gästen einen besonderen Tag bieten. In der Druck Carinthia – jenem Ort, an dem das Medium Woche für Woche gedruckt wird – hatten die Gäste die Möglichkeit, bei Führungen durch die Druckerei zu erfahren, wie die WOCHEN entsteht. WOCHEN-Geschäftsführer Robert Mack: „20 erfolgreiche Jahre wollen wir nicht einfach so feiern, wir wollen einen Nutzen stiften. Statt ein großes Feuerwerk in den Himmel zu jagen, zünden wir bei unserer Geburtstagsfeier lieber ein Feuerwerk an Informationen.“ Entsprechend erfuhren die Gäste an diesem Abend von drei hochkarätigen Top-Referenten aus Marketing, Social Media und der Medienbranche, welche Trends und Veränderungen künftig auf Kärnten zukommen.

Rene Masatti, Head of Strategy bei Trendone in Hamburg, informierte über die Zukunft in Verkauf und Kommunikation: „Enorme Bedeutung werden die intelligent personal assistants erfahren, also digitale Kommunikationsroboter, die im Hintergrund arbeiten.“ Die Zukunft könnte laut Masatti so aussehen, dass die Kontaktaufnahme mit einem Unternehmen nicht mehr von Mensch zu Mensch erfolgt, sondern ein intelligentes Kommunikationsprogramm zwischengeschaltet wird. „Marketing und Einkauf wird in Zukunft so funktionieren: Mensch raus, Maschine rein“, sagt Masatti. Gerade deshalb sei es in unserer Wissensgesellschaft wichtig, dass der Mensch schlauer bleibe, als die Maschinen.

Onlinemarketing-Experte Robert Seeger zeigte auf, dass Social Media längst kein Trend mehr, sondern zur Gänze in unserer Gesellschaft angekommen ist. Von vielen nur als Spielerei betrachtet, könne Social Media aber weit mehr: „Unternehmen kann es tolle Verkaufsmöglichkeiten eröffnen“, sagt Seeger. Doch nur, wenn man authentisch damit umgehe. „Wir wissen ob der vielen Angebote im Internet nicht mehr, was wahr ist. Deshalb braucht es echte, glaubwürdige Menschen, die das Wahre noch zeigen.“ Damit meint der Marketing-Fachmann: „Wenn der Heinz Kammerer auf Facebook einen Wein empfiehlt, ist das zehnmals glaubwürdiger als ein Flugblatt.“

Die Glaubwürdigkeit ist es auch, die der gedruckten Zeitung trotz aller Online-Angebote ihren Platz in der Medienlandschaft sichert, informierte der dritte Keynote-Speaker des Abends, Markus Mair, Vorstandsvorsitzender der Styria Media Group und stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der RMA. „Journalistische Inhalte in Printzeitungen werden in der Regel fundiert recherchiert, um die Qualität zu sichern.“ Mair zeigte auf, dass heute eine völlig veränderte Mediennutzung vorherrscht. „Die sozialen Medien sind natürlich auch ein Kanal für die Inhalte klassischer Printmedien.“ Perspektiven hätten die klassischen Medien aber vor allem im regionalen Raum. Mair: „Dort können sie Kontinuität und Sicherheit erzeugen. Denn hier schreiben Menschen, die die Leser kennen.“

Auch die WOCHEN, die mit acht Zeitungsausgaben ganz nah in den Regionen bei den Lesern ist, würde laut Mair für Kontinuität und Beständigkeit stehen. „Gleichzeitig geht diese Zeitung mit der Zeit und lässt sich auf Veränderungen ein.“

Trotz oder gerade wegen aller Veränderungen in der Gesellschaft, gibt WOCHE-Geschäftsführer Robert Mack noch eine Botschaft mit auf den Weg: „Wir wollen ein Leuchtturm für die Menschen in den Regionen sein. Ein verlässlicher Anker, gleichzeitig aber auch Initiator, der nicht nur berichtet, sondern der etwas für die Leserinnen und Leser bewegen kann – um für sie das Leben in den Regionen noch lebenswerter zu gestalten.“

Anlässlich des 20-jährigen Bestehens überreichte die Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Kärnten, Sylvia Gstättnner, Geschäftsführer Robert Mack eine Urkunde zum 20-Jahr-Jubiläum. „Diese Urkunde soll wertschätzen, was die WOCHE als Medienunternehmen bisher geleistet hat. Sie schaut nicht nur in die Regionen, sie initiiert auch: Mit dem Regionalitätspreis übernimmt die Zeitung über das Maß hinaus Verantwortung“, sagte Gstättnner.

Die WOCHE Kärnten, eine Marke der Regionalmedien Austria, erscheint wöchentlich mit neun Regionalausgaben.

#### **RMA – Regionalmedien Austria AG:**

Die RMA AG steht österreichweit für lokale Nachrichten aus den Regionen und vereint unter ihrem Dach insgesamt 129 Zeitungen der Marken bz-Wiener Bezirkszeitung, Bezirksblätter Burgenland, Niederösterreich, Salzburg und Tirol, meine WOCHE Kärnten und Steiermark, der Kooperationspartner Bezirksrundschau Oberösterreich und Regionalzeitungen Vorarlberg sowie acht Zeitungen der Kärntner Regionalmedien und den Grazer. Im digitalen Bereich bieten die Portale [meinbezirk.at](http://meinbezirk.at) und [grazer.at](http://grazer.at) lokale und regionale Inhalte. Ergänzend dazu stellt die RMA mit der Mini Med Veranstaltungsreihe, dem Magazin Hausarzt und [gesund.at](http://gesund.at) umfangreiche Gesundheitsinformationen zur Verfügung.

#### **Weiterführende Links:**

meine WOCHE Kärnten: [www.meinbezirk.at/kaernten](http://www.meinbezirk.at/kaernten)  
Regionalmedien Austria AG: [www.regionalmedien.at](http://www.regionalmedien.at)

#### **Rückfragehinweis:**

Gerd Leitner  
Chefredakteur  
meine WOCHE Kärnten  
Hasnerstraße 2/1  
9020 Klagenfurt  
**M** +43/664/80 666 6650  
[gerd.leitner@woche.at](mailto:gerd.leitner@woche.at)