

15.11.2005 – 08:00 Uhr

## Eva Dichand ist "Österreichs Medienmanagerin des Jahres"

Wien/Salzburg (ots) -

Dichands tägliche Gratiszeitung "Heute" könnte nach dem Schweizer Vorbild "20 Minuten" die österreichische Medienlandschaft stärker, nachhaltiger und schneller verändern, als dies die Fellners planen, die derzeit eine neue Tageszeitung für Österreich vorbereiten.

Eva Dichand wird 2005 vom "Österreichischen Journalist" als "Medienmanagerin des Jahres" ausgezeichnet. "Eva Dichand ist die am meisten unterschätzte Medienmanagerin und sie verantwortet mit der Gratiszeitung "Heute" die am meisten unterschätzte Tageszeitung in Österreich", begründet "Journalist"-Herausgeber Johann Oberauer die Wahl. "Es sieht ganz danach aus, als ob Österreichs Medienmacher eines der spannendsten Phänomene verschlafen würden, nur weil kaum einer von ihnen morgens in Wien mit der U-Bahn fährt", kritisiert Oberauer.

"Heute" gelingt, was den meisten etablierten Tageszeitungen verwehrt bleibt. Die Gratiszeitung spricht massenweise Schüler und Jugendliche an und erschließt damit eine neue Leserschicht für das Medium Tageszeitung. Wer morgens in der Wiener U-Bahn fährt, sieht überall junge Leute, ihre Köpfe in dem bunten Kleinformat versunken. Lehrer leiden mitunter, dass das Blatt in die Schulen mitgenommen wird und dort während des Unterrichtes weitere Abnehmer findet. Vor dem Hintergrund, dass Jugendliche wieder als Leser zurück kommen, muss den etablierten Medien daran gelegen sein, dass Eva Dichand Erfolg hat. Dabei ist durchaus auch Vorsicht vor dem Gratismodell angebracht. "20 Minuten" setzt die etablierten Zeitungen im Anzeigenmarkt enorm unter Druck.

"Eva Dichands Gratiszeitung könnte nach dem Schweizer Vorbild "20 Minuten" die österreichische Medienlandschaft stärker, schneller und nachhaltiger verändern, als dies die Fellners planen, die derzeit eine neue Tageszeitung für Österreich vorbereiten", sagt Oberauer. "20 Minuten" hat heute rund eine Millionen Leser und ist damit innerhalb kürzester Zeit zu der am meisten gelesenen Tageszeitung in der Schweiz aufgestiegen. In diesem Jahr wird der junge Titel bereits mehr als 20 Millionen Franken Gewinn erwirtschaften.

Noch wird "Heute" nur in Wien vertrieben, aber Eva Dichand lässt im aktuellen "Journalist" durchblicken, dass eine Expansion in die Bundesländer ähnlich dem Vorbild Schweiz schon bald auf dem Programm sein könnte.

Folgende österreichische Medienmanager waren vom "Journalist" für die Wahl 2005 nominiert:

Wolfgang Bergmann hat als Geschäftsführer 2005 das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte für den "Standard" eingefahren. Unbemerkt von der Öffentlichkeit hat er einen harten Sparkurs umgesetzt, Seiten reduziert, goldene Verträge auf Silbermaß reduziert und dem "Standard" damit die Zukunft gesichert.

Rudolf Andreas Cuturi, Verleger der "OÖ Nachrichten", wurde noch vor wenigen Jahren in der Medienbranche außerhalb Oberösterreichs kaum wahrgenommen. Der gebürtige Italiener stärkt mit großem Geschick seine Rolle als regionaler Verleger und hat es als einer der wenigen geschafft, das Unternehmen zur Gänze in Familienbesitz zurück zu bekommen. Zugleich haben er und seine Frau fünf Kinder in die Welt gesetzt, die inzwischen im Verlag engagiert und fähig mitarbeiten und die Dynastie der Cuturis auf Jahrzehnte hin absichern.

Wolfgang Fellner, Tageszeitungsverleger in spe, zieht durch die Lande und prophezeit dem Medium Tageszeitung eine glänzende Zukunft. Mit seinen Plänen zwingt er gleichzeitig die Branche zu Innovationen, die in einzelnen Häusern längst überfällig sind.

Reinhold Gmeinbauer, Geschäftsführer der "Presse", verkauft im wahrsten Sinn des Wortes das traditionsreiche Blatt, endlich! Er beweist, dass auch in einer Qualitätzeitung Platz für Anzeigen ist, die letztlich nicht nur die Zukunft sichern, sondern auch Expansionspläne zulassen.

Rudi Klausnitzer, Chef des News-Verlages, hat den miesesten Medienmanagerjob in diesem Land. Er trägt seine Last mit Würde und verkauft nach außen sehr geschickt nach wie vor die Fellnerische Erfolgsmasche.

Hermann Petz, Vorstandsvorsitzender der Moser Holding ("Tiroler Tageszeitung"), gestaltet mit enormen persönlichen Einsatz den Platzhirschen in Innsbruck um. Mit der Einführung der "Neuen" hat er ebenso wie Eugen Russ in Vorarlberg eine grundsätzlich zukunftsweisende Zwei-Säulen-Strategie gestartet, auch wenn der Erfolg wohl noch auf sich warten lässt.

Franz Prenner, Geschäftsführer von ATV+, hat Privatfernsehen in Österreich endgültig etabliert. Mit zahlreichen Eigenproduktionen, darunter "Bauer sucht Frau", gewinnt der Sender deutlich an Profil. Und als Belohnung wachsen - langsam, aber doch - auch die Werbeeinnahmen.

Josef Probst, ehemals Vorstand bei der Moser Holding in Innsbruck, heute bei Springer in Berlin ("Berliner Morgenpost", "BZ") ist einer der erfolgreichsten Medienmanagerexporte Österreichs. Probst holt in Berlin nach, was in den vergangenen Jahrzehnten versäumt wurde.

Eugen Russ als Medienmanager des Jahres heute auszuzeichnen, würde seiner jahrelangen innovativen Vorreiterrolle nicht gerecht werden. Bereits vor zehn Jahren, lange bevor es diese gab, wäre die Ehrung für Russ angebracht gewesen. Er wird vermutlich einmal für sein Lebenswerk einen eigenen Preis erhalten müssen.

Als "Medienmanager des Jahres" wurde im vergangenen Jahr NÖN-Geschäftsführer Harald Knabl für seine intelligente Regionalstrategie ausgezeichnet. 2003 erhielt den Titel Styria-Vorstand Horst Pirker für seine mutige Expansionspolitik vom "Journalist".

Pressekontakt:

Johann Oberauer,  
Tel.: 0043/664/2216643,  
eMail: johann.oberauer@oberauer.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100499882> abgerufen werden.