

Medien trifft Politik: VÖZ-Sommerheuriger stärkt Kooperationen!

Rund 200 Gäste versammelten sich beim VÖZ-Sommerheurigen 2025, um über Medienkooperationen und Werbung in Österreich zu diskutieren.



Grinzinger Heurigen "Zum Martin Sepp"; Wien, Österreich - Am 26. Juni 2025 fand im Grinzinger Heurigen „Zum Martin Sepp“ der VÖZ-Sommerheurige statt, bei dem rund 200 Gäste aus Politik, Medien und Wirtschaft zusammenkamen. Diese Veranstaltung folgte auf die 72. Generalversammlung des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ). VÖZ-Präsident Maximilian Dasch unterstrich die essenzielle Rolle von Kooperationen zur Stärkung des Medien- und Werbemarktes und verwies auf die gemeinsame Kampagne „Made in Austria – Made for Austria“, die zusammen mit dem ORF und dem VÖP ins Leben gerufen wurde, um die Bedeutung österreichischer Medien hervorzuheben.

Wir leben in Zeiten, in denen der Abfluss von Werbemitteln zu internationalen Plattformen ohne redaktionelle Verantwortung eine drängende Herausforderung darstellt. Diese Kampagne zielt darauf ab, private und öffentliche Werbekunden für den Wert des österreichischen Medienmarktes zu sensibilisieren, wobei „Werbewirkung, Vertrauen und Reichweite“ zentrale Argumente sind. In diesem Zusammenhang betonte Dasch auch die geplante Förderung der Zustellung von Zeitungen und Magazinen in ländlichen Regionen durch die Bundesregierung.

Politische Unterstützung und Branchenvertreter

Staatssekretär Alexander Pröll lobte die Arbeit der Medien und bekräftigte die Bereitschaft der Politik für einen Austausch zur Verbesserung der Rahmenbedingungen. Auch die neu besetzten Gremien des VÖZ wurden während der Veranstaltung vorgestellt. Horst Pirker von der VGN Medien Holding wurde neuer Vizepräsident, während Lorenz Cuturi (Oberösterreichische Nachrichten) die Kassierposition übernimmt. Ergänzt wird das Präsidium durch Gert Bergmann (NÖ Pressehaus), Xenia Daum (Kleine Zeitung), Rainer Nowak (Die Presse) und Martin Paweletz (auto touring).

Zu den weiteren Gästen zählten mehrere hochkarätige Vertreter der Branche, darunter Clemens Pig, CEO der APA, und Maria Scholl, Chefredakteurin der APA. LEADERSNET.tv führte Interviews mit Persönlichkeiten wie Maximilian Dasch und Alexander Pröll, um deren Visionen und Ansichten zur aktuellen Medienlandschaft zu erfahren.

Die Zukunft des Werbemarktes in Österreich

Die Herausforderungen, vor denen der österreichische Werbemarkt derzeit steht, sind nicht zu unterschätzen. Laut einem aktuellen Bericht beliefen sich die Bruttoausgaben für

Printwerbung 2023 auf etwa 1,76 Milliarden Euro, was knapp 38% der gesamten Werbeinvestitionen ausmacht. Trotz dieser Stabilität zeigt der Markt einen Trend hin zu digitalen Werbeformaten, die mittlerweile über zwei Drittel der Werbeinvestitionen ausmachen. Österreich hat eine der höchsten Wachstumsraten in Europa, mit einem Anstieg um 17,8 Prozent auf 2,83 Milliarden Euro im digitalen Bereich.

Um IAB Europe's AdEx Benchmark Report zufolge konkurrieren klassische Medien zunehmend mit digitalen Plattformen, was die Notwendigkeit unterstreicht, den Wert und die Qualität österreichischer Medien zu betonen. Dies wird besonders kritisch, da große Werbekunden wie die Supermarktkette Rewe mit 220 Millionen Euro im Jahr 2023 die höchsten Ausgaben verzeichneten.

Die laufenden Bemühungen um die Sicherstellung von Werbeinvestitionen und die Förderung regionaler Medienangebote sind essentielle Schritte zur Wahrung der Medienvielfalt in Österreich. Das Engagement der Branche und die politischen Unterstützungsmaßnahmen könnten entscheidend sein für eine positive Entwicklung der Medienlandschaft im digitalen Zeitalter.

LEADERSNET berichtet, dass ... **elektro.at hebt hervor**, dass ... **Statista bietet Einblicke**, dass ...

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Grinzinger Heurigen "Zum Martin Sepp", Wien, Österreich
Quellen	• www.leadersnet.at • elektro.at • de.statista.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at