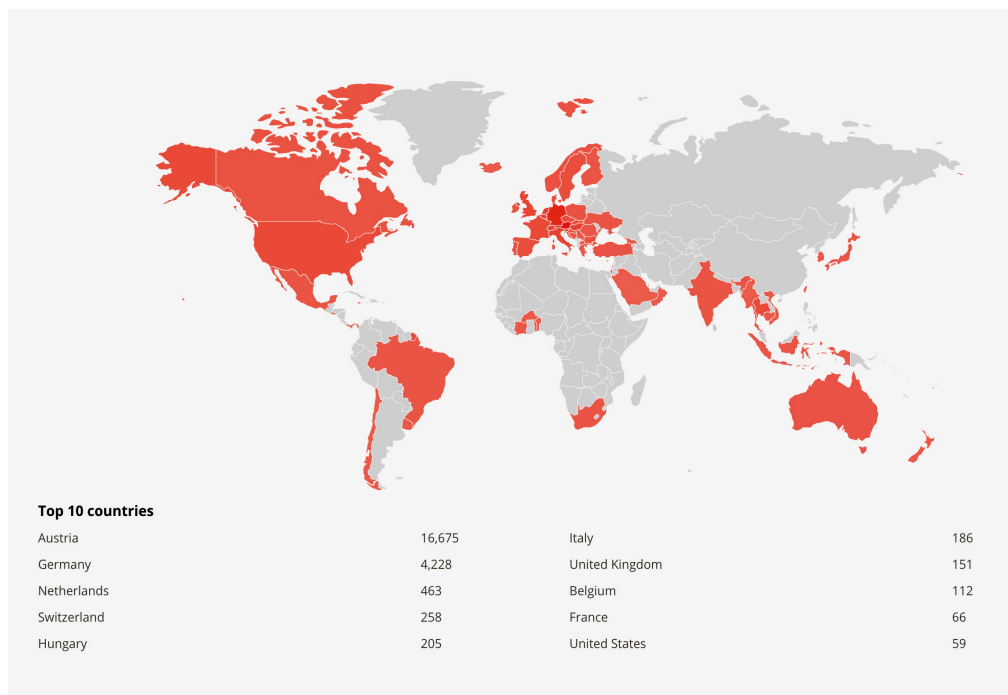


Wo die Zillertaler Heimatstimme gelesen wird

## Medienarbeit als Basis für einen guten Journalismus

Wäre ich vor einem Jahr gefragt worden, ob ich die Zillertaler Heimatstimme kenne, so hätte ich, ehrlich gesagt, passen müssen. Als Inntalerin, ohne Zillertaler Wurzeln, kannte ich die Zeitung nicht. Geschweige denn, ob ich meine mittlerweile liebgewonnene „Grande Dame“ des Zillertals, wie ich sie zwischenzeitlich gerne bezeichne, überhaupt mit der Bezeichnung für eine Wochenzeitung in Verbindung gebracht hätte; vielmehr hätte ich die Zillertaler Heimatstimme als eine Bezeichnung für ein Ensemble oder einen Chor gesehen.

In meiner beruflichen Vergangenheit hatte ich als PR-Assistentin eines Tiroler Wirtschaftsunternehmens tagtäglich Kontakt zu den ganz großen österreichischen Tageszeitungen, und dabei stand es auf der Tagesordnung, für ein auf dem europäischen Markt agierendes Unternehmen, mit Presseanfragen verschiedenster Art konfrontiert zu werden. Für den Pressesprecher und mich war unsere Arbeit eine Gratwanderung zwischen dem Innen- und Außenkontext des Unternehmens; das Wording, die Frage nach dem Wie und Was kommuniziere ich, war dabei immer das Um und Auf; die Übereinstimmung mit der Unternehmensführung unverzichtbar. Da ging es nicht um gute Geschichten, um Storytelling, sondern beinahe um Zahlen und Fakten. Da es sich bei meinem Arbeitgeber um ein Tiroler Flugunternehmen handelte, mit mehr als 1.440 Flügen pro Woche zu 46 Destinationen in ganz Europa, hieß es auch, als Mitarbeiterin in der Pressestelle beinahe rund um



Die aktuellen Top 10 Länder in denen die Zillertaler Heimatstimme online abgerufen wird

die Uhr erreichbar zu sein; für den Fall von Vorkommnissen im Flugbetrieb, die ein sogenanntes „offizielles Statement“ als Medieninformation erforderlich machten.

Wie wichtig die Kommunikation, die Medienarbeit eines Unternehmens ist, erklärt sich aus der Tatsache, dass eine ehrliche, qualitäts- und niveauvolle Berichterstattung zu einer allgemeinen Relevanz, zu einer Medienbotschaft für den Empfänger und Journalisten zu führen hat. Als Instrumente in der Medienarbeit dienen Pressekonferenzen, Presseeinladungen und Pressemitteilungen, die „Nahrung“ für den Journalismus, damit dieser wiederum in seinem Medium berichten kann.

Die Zillertaler Heimatstimme ist "ein kleiner Fisch" in der österreichischen Medienlandschaft, ein wöchentliches Regionalmedium, mit einem großen Auftrag, nämlich die

Leserschaft über das lokale Geschehen einer Region zu informieren. Als Abonnenten-Zeitung ist die Zillertaler Heimatstimme auch überregional als Print- und Online-Ausgabe zu finden und zu lesen. Zu den zehn Top-Staaten unserer weltweiten Leser zählen Österreich, Deutschland, Niederlande, Schweiz, Ungarn, Italien, Großbritannien, Belgien, Frankreich und die Vereinigten Staaten. Darüber hinaus wird die Zillertaler Heimatstimme in Südafrika genauso gelesen wie in Australien, in Japan und in Kanada.

Das bestätigt uns in unserem Tun, in unserer Medienarbeit, die Zillertaler Heimatstimme wird auch weiterhin ein Produkt sein, das auf seine Leserschaft hin gebaut sein wird. Mit einer offenen, ehrlichen und niveauvollen Kommunikation, die wir als unseren Auftrag sehen, möchten wir Ihnen, werte Leser, regional und überregional eine gute Arbeit liefern. Lesen Sie wei-

terhin fleißig die Zillertaler Heimatstimme, ein Stück Zillertaler Heimat, die hinauswächst in die ganze Welt!

**Tragen Sie mit uns diese Mission in eine neue Woche mit der Zillertaler Heimatstimme!**



Foto: Toni Anzenberger

*Gerda*

Gerda Gratz  
Chefredaktion