

## Du sollst klicken!

ID: LCG12025 | 25.01.2012 | Kunde: echo medienhaus | Ressort:  
Chronik Österreich | Medieninformation

Presseinformation

LCG12025 (MI) Mittwoch, 25. Jänner 2012  
Medien/ Magazine/ Online

Du sollst klicken! " BILD

Bild zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/echo/wienliveweb>

Utl.: Magazin Wien live aus dem Echo Medienhaus verpasst sich einen Relaunch im Web und sagt den Usern, was man in Wien tun soll =

Wien (LCG) " Wenn man drei Mal in Folge vom Branchenmagazin "Der österreichische Journalist" zum besten Gratis-Magazin des Landes gewählt wird, ist die Runderneuerung des Online-Auftritts keine leichte Aufgabe. So sollen sich Print und Online doch zu einem konvergenten Medienprodukt ergänzen und die Kernwerte des urbanen Lifestyle Magazins wollen auch in der digitalen Welt den Anspruch erheben, die ganze Stadt in der Westentasche zu haben. Genau mit diesem Ansatz präsentiert sich das im Echo Medienhaus erscheinende Wien live ab sofort brandneu im Internet und setzt dabei auf die Kompetenz seiner Redaktion unter Chefredakteurin Nicola Schwendinger. Sie bringt sie selbst in Form eines Editorial Blogs ein und verrät topaktuell ihre Geheimtipps in der Bundeshauptstadt, die ja bekanntlich besonders lebenswert ist und das auch alljährlich von der Mercer-Studie bestätigt

bekommt. Mit ihr bloggen auch renommierte Journalisten wie Kulturinsider Christoph Hirschmann, Stadtkenner Klaus Peter Vollmann, Herausgeber und Literaturexperte Helmut Schneider oder Onlinerin Monika Kulig.

Wien live gibt den Ton an

Mit der Eyecatcher-Rubrik "Du sollst!" nimmt sich das urbane Lifestyle Magazin kein Blatt vor den Mund und gibt klar den Ton an. Hier verrät die Redaktion, was man in Wien einfach machen muss und stellt die Highlights aus Kultur, Lifestyle, Gastronomie und allem, was Spaß macht, vor. Nicht minder serviceorientiert ist der prominent platzierte Terminkalender, der sich als Guide durch das Stadtleben und Empfehlung der Redaktion versteht. Wer noch mehr will, kann sich seinen persönlichen Mehrwert bei den Gewinnspielen holen, wo es aktuell unter anderem ein Meet & Greet mit dem bekennenden Kiffer Sido oder auch ein "Dinner Furioso" im Palazzo zu holen gibt, für alle, die es lieber weniger berauscht angehen.

Spaß an der Stadt und Ernst in der Strategie

"Der neue Online-Auftritt spiegelt das wieder, was wir im Magazin leider nur monatlich zeigen können: Unheimlich viel Spaß an der Stadt", erklärt Chefredakteurin Schwendinger. Sie möchte gemeinsam mit den Usern auf Entdeckungsreise durch die Donaumetropole gehen und auch herzeigen, wie das auflagenstarke Hochglanzmagazin entsteht. "Online geben wir Einblicke in das Making-of unserer aufwendigen Foto Shoots oder stellen Stadtmenschen vor, die gerade aktuell etwas zu sagen haben", so Schwendinger weiter.

Neben allem Spaß an den schönsten Seiten Wiens verfolgt das Echo Medienhaus mit dem brandneuen Online-Auftritt, der von der hauseigenen Webagentur echonet umgesetzt wurde, auch eine neue Online-Strategie. "Starke Printmarken sollen zu lebendigen

Online-Begleitern werden, die unsere Leser digital durch das Stadtgeschehen führen“, erklärt Christian Brandt di Maio, Leiter Neue Geschäftsfelder im Echo Medienhaus.

## Über das Echo Medienhaus

Das Echo Medienhaus unter der Leitung von Christian Pöttler zählt mit seinem Portfolio aus Print- und Onlinemedien, TV Produktionen, Events und Serviceagenturen zu den führenden österreichischen Kommunikationsunternehmen. Im Echo Medienhaus und seinen 14 Tochterunternehmen sind rund 300 Mitarbeiter beschäftigt, die einen Jahresumsatz von rund 40 Millionen Euro erzielen.

Neben unterschiedlichen Corporate Publishing-Produkten publiziert das Echo Medienhaus erfolgreiche Publikumstitel wie „Wien live“, „VOR Magazin“, „Unsere Generation“ oder „Wiener Bezirksblatt“, mit denen eine Print-Reichweite von rund 90 Prozent in der Bundeshauptstadt erzielt wird. Im Echo Medienhaus werden starke Eventmarken wie „Eine Stadt. Ein Buch“, „Ab zum Schnee“, „Christmas in Vienna“, „Vienna Night Run“, „Vienna Fashion Night“ oder „Kriminacht“ konzipiert und umgesetzt. Im Servicesegment verfügt das Unternehmen unter anderem über eine klassische Werbeagentur (echokom), eine Online-Agentur (echonet), eine Networking- und Consultingagentur (echorelations), eine hauseigene TV-Produktion (echo TV) mit unterschiedlichen Sendungen wie „Wirtschaftsecho Wien“ und den Below the Line-Spezialisten freecard. Im Unternehmensportfolio befindet sich mit dem echomedia buchverlag österreichischer Verlag für Kriminalliteratur. Durch enge Kooperationen mit führenden Partnerunternehmen deckt das Echo Medienhaus ein 360-Grad-Spektrum der Kommunikationsdienstleistung ab. Unter den assoziierten Kooperationspartnern finden sich unter anderem das Research-Unternehmen view research, die Eventagentur PRO.EVENT, die unter anderem für die Umsetzung des Donauinselfestes

verantwortlich zeichnet, und die PR-und Kommunikationsagentur  
leisure communications. Seit Frühjahr 2011 betreibt das Echo  
Medienhaus unter dem Namen echoberlin zudem eine Dependance in der  
deutschen Bundeshauptstadt. Weitere Informationen zum  
Unternehmen unter [http:// www.echo.at](http://www.echo.at).

~

Wien live

Website: [http:// www.wienlive.at](http://www.wienlive.at)

Umsetzung: [http:// www.echonet.at](http://www.echonet.at)

Projektleitung: Isabella Lukasser (echonet)

Nicola Schwendinger (Wien live, Chefredakteurin)

Astrid Weigelt (Wien live, Geschäftsführerin)

Christian Brandt di Maio (Leitung Online, Echo  
Medienhaus)

~

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei  
redaktioneller Verwendung zur Verfügung. Weiteres Bild-und  
Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter  
[http:// www.leisuregroup.at](http://www.leisuregroup.at). (Schluss)

Rückfragehinweis:

echo medienhaus

Christoph Langecker

Tel.: +43 664 216 22 27

<mailto:christoph.langecker@echo.at>

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: +43 664 8563001

<mailto:akhaelss@leisuregroup.at>

