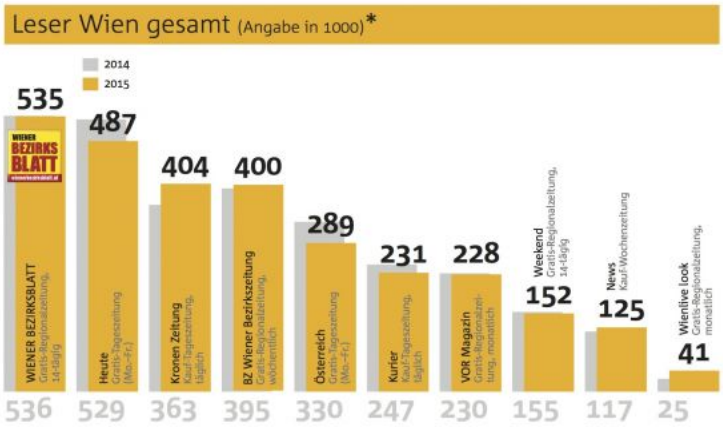
sblatt punktet hoch bei Media Analyse 2015* -BILD

ID: LCG16108 | 31.03.2016 | Kunde: WIENER BEZIRKSBLATT | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Mit einer Reichweite von 35,4 Prozent und einer Leserschaft von 535.000 beschert die 14-tägig erscheinende Gratis-Regionalzeitung dem echo medienhaus auch heuer wieder sehr gute Zahlen im Ranking (+/-1,9% Schwankungsbreite).

Bilder zur Meldung unter http://presse.leisuregroup.at/echo/wbb/media2015

Wien (LCG) – In der heute erschienenen Media Analyse* für den Erhebungszeitraum Jänner bis Dezember 2015 wird dem 14-tägig erscheinenden Wiener Bezirksblatt eine Reichweite von 35,4 Prozent und somit 535.000 Lesern bestätigt. Damit sichert sich das Wiener Bezirksblatt wieder eine sehr gute Position unter den Gratiszeitungen in der Bundeshauptstadt vor Heute (487.000 Leser) und Kronen Zeitung (404.000 Leser).



„Die aktuelle Mediaanalyse 2015 weist dem Wiener Bezirksblatt hervorragende Zahlen aus, besonders bei einer anspruchsvollen und kaufkräftigen Zielgruppe. Damit entwickelt sich das Wiener Bezirksblatt zu einem beliebten Medienpartner in der werbetreibenden Wirtschaft", bilanziert Wiener Bezirksblatt-Geschäftsführer **Thomas Strachota** die aktuell vorliegenden Ergebnisse.

Top Reichweite in Top Zielgruppen

Gerade bei der kaufkräftigen Leserschaft mit einem Haushaltseinkommen ab 3.000 Euro bis 4.400 Euro oder mehr entfallen 38,6 Prozent auf das Wiener Bezirksblatt, getoppt nur von den Netto-Verdienern ab 2.100 bis 2.699 Euro mit 39,7 Prozent. Diese überaus guten Zahlen werden noch bestätigt von 31,8 Prozent Lesern mit Maturaabschluss sowie 28,3 Prozent mit einem Hochschluss-, Uni-oder FH-Abschluss. Somit entfallen insgesamt 36,7 Prozent der Schicht A – Schicht B Bevölkerung auf das Wiener Bezirksblatt.

Vielseitige Interessen bei den Lesern

Chefredakteur **Hans Steiner** setzt auf einen vielfältigen Themenmix aus Geschichten aus den Bezirken und Stories, die die Stadt bewegen. Besonders gut kommt bei den Lesern zur Zeit die Thematik der Alterssicherung und Vorsorge (40,0 Prozent) an, dicht gefolgt von häuslichen Themen wie Wohnen, Einrichten und Bauen (38,5 Prozent) sowie medizinische Fragen rund um Gesundheit (37,6 Prozent) und gesunde Lebensweise und Ernährung (37,1 Prozent). Auch das Interesse rund um Urlaub und Reisen steht bei den Lesern (35,7 Prozent) hoch im Kurs.

echo medienhaus als starker Partner für die Werbewirtschaft

Mit einem Frauenanteil von 56,7 Prozent und einem Männeranteil von 43,3 Prozent präsentiert sich das Wiener Bezirksblatt als schlagkräftiger Partner für die werbetreibende Wirtschaft.

Aktuell wird in der Media Analyse 2015 auch die Anzahl der Leserkontakte ausgewiesen. Auch hier werden dem Wiener Bezirksblatt starke Werte bestätigt: 6,2 Prozent nehmen das WBB zweimal zur Hand, 2,9 Prozent sogar dreimal und 3,7 Prozent viermal und öfter.

Der Vergleich macht sicher

Mit einem TKP (Tausend-Kontakt-Preis) von 27,98 Euro zählt das Wiener Bezirksblatt zu den wirtschaftlichsten Medien, das heißt nirgendwo anders erreicht man die Leserinnen und Leser günstiger.

Das echo medienhaus kann dieses Jahr nicht nur mit seinem Parade-Medium dem Wiener Bezirksblatt hoch punkten, auch das Vormagazin erreicht eine Leserschaft von 228.000 und wienlive look erfreut sich großer Beliebtheit bei 41.000 Lesern in der Bundeshauptstadt. Weitere Informationen unter http:// www.wienerbezirksblatt.at.

+ + + QUELLENANGABE + + +

*Quellenangabe für alle Angaben: Mediaanalyse 2015, Erhebungszeitraum Jänner bis Dezember 2015, Total Wien WIENER BEZIRKSBLATT, 14tägig erscheinende Gratiszeitung, ungewichtete Fälle 2.467, Schwankungsbreite +/-1,9%.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf http:// www.leisure.at. (Schluss)