



## 2015/16 beständigste Reichweitenstärke des Wiener Bezirksblatts

ID: LCG16394 | 14.10.2016 | Kunde: WIENER BEZIRKSBLATT | Ressort: Medien Österreich | Medieninformation

### 33,9 Prozent Reichweite und 521.000 Leser für Wiener Bezirksblatt

\*

Bilder zur Meldung auf [http://presse.leisuregroup.at/echo/wbb/ma\\_201516](http://presse.leisuregroup.at/echo/wbb/ma_201516)

Wien (LCG) – Besonders erfreulich ist das Ergebnis der aktuellen Mediaanalyse 2015/16 für das Wiener Bezirksblatt, das sich mit einer Reichweite von 33,9 Prozent \* einmal mehr zu den meistgelesenen Medien in der Bundeshauptstadt zählen darf. Neben hyperlokaler Berichterstattung aus allen 23 Wiener Gemeindebezirken kann das authentische Informationsmedium durch attraktive Maßnahmen zur Leserbindung punkten, die laufend ausgebaut werden.

„Aktionen wie die Wahl des Lieblingslokals, die Auszeichnung der freundlichsten Taxifahrer oder der besten Unternehmen beim Wiener Bezirksblatt Business Award sind ‚Talk of Town‘ und schaffen unverwechselbaren, eigenständigen Content. Das Wiener Bezirksblatt bietet damit das richtige Umfeld, um die Zielgruppe mit treffsicheren Kampagnen zu erreichen“, erklärt Wiener Bezirksblatt-Geschäftsführer **Thomas Strachota**.

Das inhaltliche Konzept bestätigen auch die Strukturdaten der Leserschaft \*: 85,9 Prozent geben Interesse an Ereignissen in der näheren Umgebung, 78,2 Prozent an Reisetipps, 76,3 Prozent an Unterhaltung und 75,1 Prozent an gesunder Lebensweise und

Ernährung an. 32,2 Prozent der Leser entstammen der A/ B-Schicht und 27,6 Prozent weisen Matura oder Hochschulabschluss vor. Auch in der Wirtschaftlichkeitsrechnung kann das Wiener Bezirksblatt mit einem TKP von 28,78 Euro \*\* exzellente Werte vorweisen.

---

\* Quelle Wiener Bezirksblatt: Mediaanalyse 2015/16, Erhebungszeitraum Juli 2015 – Juni 2016 Total Wien, Wiener Bezirksblatt, 14tägig erscheinende Gratiszeitung, Reichweite 33,9 Prozent, ungewichtete Fälle 2.450, Schwankungsbreite +/-1,9 Prozent

\*\* Berechnung des TKP auf Basis der Daten der Mediaanalyse 2015/16

---

## Über das echo medienhaus

Das echo medienhaus ist die Heimat starker Marken, die Wien und Ostösterreich bewegen. Die integrierte Markenwelt besteht aus starken Event-Labels wie unter anderem Donauinselfest, Christmas in Vienna, Kriminacht im Wiener Kaffeehaus, erste bank vienna night run, Rund um die Burg oder Eine STADT. Ein BUCH. sowie führenden Printmedien wie Wiener Bezirksblatt, vormagazin, wien live, look! und Unsere Generation. Kommunikative Kompetenz wird inhouse in einer Ambient Media-Agentur, Eventagentur, Werbeagentur, Web-Agentur, PR-und Kommunikationsagentur sowie einem Buchverlag gebündelt. Weitere Informationen zum Unternehmen auf <http://www.echo.at>.

### **+ + + BILDMATERIAL + + +**

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

