



Die Wien-spezifischen Resultate der „Mediendiskurs-Studie“.

tungen, Spitäler und Ärzte. Danach folgen die Themen Sicherheit, Nahversorgung/Märkte, öffentlicher Verkehr, Umwelt (-schutz), Wasserversorgung bzw. -qualität sowie Parks, Grünanlagen und Naherholungsgebiete.

Virtuelle Amtswege und digitales Stadtservice wiederum sind in den mittleren Altersgruppen (30 bis 59 Jahre) besonders interessant, da in dieser Lebensphase zu einem viele Amtswege zu erledigen sind und zum anderen bereits eine sehr hohe Affinität gegenüber neuen Technologien besteht.

Die Tageszeitung erfreut sich vor allem in Altersgruppen ab 45 Jahren überdurchschnittlicher Beliebtheit. Auch greifen Personen ohne Migrationshintergrund signifikant häufiger zum Printprodukt.

Nachrichtenseiten im Internet wiederum sind in den mittleren Altersgruppen der 30- bis 59-Jährigen besonders beliebt. Außerdem werden sie häufiger von Männern als von Frauen genutzt.

Klassisches (lineares) TV-Programm wird von älteren Bevölkerungsschichten wesentlich häufiger genutzt als von Jüngeren, auch auf Wiener ohne Migrationshintergrund trifft dies signifikant stärker zu. Streamingdienste wiederum sind bei den unter 45-Jährigen besonders beliebt und werden auch von der Bevölkerung mit Migrationshintergrund häufiger in Anspruch genommen.

Internet an der Spitze

Danach gefragt, in welchen Medien man sich Informationen seitens der Stadt Wien erwartet, dominiert das Internet.

Es folgen TV, Tageszeitung und Radio mit annähernd gleich hohen Nennungshäufigkeiten. Dahinter rangieren (gedruckte oder digitale) Broschüren bzw. Informationseinrichtungen der Stadt, die themenspezifisch für die Bevölkerung hohe Relevanz haben. Grundsätzlich gilt, dass man sich für jedes (kommunale) Thema Informationen im Internet wünscht.

Wien pusht Top-Journalismus

Die Stadt unterstützt innovative Wiener Medienangebote und qualitativ hochwertigen Journalismus im Rahmen der „Wiener Medieninitiative“ bis 2022 mit insgesamt 7,5 Mio. €:

- Die Förderschiene „Medienstarts“ wird an Journalisten oder Medien-Start-ups für neue Projekte vergeben.

Die Förderung beträgt bis zu 10.000 Euro oder 75 Prozent der Ausgaben.

- Die Förderung für Medienprojekte richtet sich an Medienmacher und unterstützt die Schaffung neuer Medienangebote mit bis zu 100.000 Euro oder zwischen 45 und 65 Prozent der Projektkosten. Über die Förderung entscheidet eine Fachjury mit internationalen Experten.

Der neue Markenauftritt

Last but not least setzt die Stadt Wien auf einen einheitlichen und wiedererkennbaren Markenauftritt. Dieser bündelt eine Vielzahl an Logos in einer neuen, starken Marke, die es den Stadtbewohnern ermöglicht, sich rasch zurechtzufinden und die Services

und Angebote der Stadt in Anspruch zu nehmen.

Im Zuge der Umsetzung der neuen Marke Wien mit neuem Logo, Typografie und Bildsprache wurden die Strukturen der Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Wiener Stadtverwaltung optimiert und Ressourcen gebündelt, denn: *Wien versteht Medien und handelt danach!*

Die neue, starke Marke:



Wien kommuniziert

Die Stadt weiß um die Bedeutung der gedruckten und digitalen Medien (unten: Digital Days) bestens Bescheid.



Die Top-Links zu Studie und Förderungen

wien.gv.at/menschen-gesellschaft/pdf/mediendiskurs.pdf
 wirtschaftsagentur.at/foerderungen/programme/wiener-medieninitiative-medienstart-123
 wirtschaftsagentur.at/foerderungen/programme/wiener-medieninitiative-medienprojekt-125

Quelle: • Ifes befragte telefonisch bzw. online 2.000 Menschen ab 16 in Wien über ihren Medienkonsum (9.-27. Mai 2019) – künftig soll es eine jährliche Befragung geben.