



IFES erhebt für die Stadt Wien, wer welche Medien nutzt: *Heute* ist die meistgelesene Gratis-Tageszeitung in Wien.

Rege konsumiert

Mediendiskursstudie Wien: *Heute* wird von 31 Prozent der Wienerinnen und Wiener mehrmals pro Woche genutzt.

WIEN. In der gerade erschienenen Mediendiskursstudie 2022 erhebt die Stadt Wien die Mediennutzung und das Informationsverhalten der Wienerinnen und Wiener. Ausgeführt wird diese Studie vom IFES-Institut.

Die Gratis-Tageszeitung *Heute* konnte sich auch heuer wieder deutlich steigern: Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Werte bei der täglichen oder fast

täglichen Nutzung um 16%. Am häufigsten kommen die Wiener mit der Tageszeitung *Heute* in Berührung, 31% konsumieren das Blatt mehrmals pro Woche.

Doppelte Nummer 1

Auch in der größten Studie zur Erhebung des Medienkonsums, der Media-Analyse (MA), ist *Heute* bereits seit 2010 mehrfach als Nummer eins-Tageszei-

tung in Wien und meistgelesene Gratiszeitung Österreichs hervorgegangen.

„*Heute* ist die meistgelesene Tageszeitung in Wien. Wir freuen uns, dass die laufenden Adaptierungen und Anpassungen an die moderne Medienwelt, die zweifellos notwendig sind, so von Erfolg gekrönt sind. Wir danken daher unseren Lesern für das anhaltende Vertrauen

und unseren Werbepartnern für ihre Treue“, so Herausgeberin Eva Dichand und Geschäftsführer Wolfgang Jansky.

Chefredakteur Christian Nusser ergänzt: „Fast jeder dritte Wiener, fast jede dritte Wienerin liest die Printausgabe von *Heute* zumindest mehrmals in der Woche. Wenn man sich die internationale und nationale Entwicklung am Medienmarkt anschaut, dann ist das ein sensationeller Wert. Es freut mich, dass es uns gelingt, weiterhin so viele Menschen in der Stadt für unser Produkt zu interessieren und zu begeistern und sogar neue Leserinnen und Leser zu gewinnen. Wir sind dem Leben in der Stadt sehr nahe und das Leben uns“, so der Chefredakteur zum Studienergebnis. (red)



Herausgeberin Eva Dichand und Geschäftsführer Wolfgang Jansky.

Hervis verpackt mit LDD

Benger, Kilimanjaro und Cygnus in neuem Design.

WIEN. Im Zuge der Neupositionierung der Hervis-Eigen- bzw. -Exklusivmarken Benger, Kilimanjaro und Cygnus rückte zu Beginn des Jahres auch das Thema Packaging in den Fokus der Verantwortlichen.

David Tews, Leitung Marketing International bei Hervis: „Aufgrund der langjährigen engen und guten Zusammenarbeit im Bereich Direct Mailing

entschieden wir uns dazu, für die Neumüllungen die Experten von LDD mit ins Boot zu holen.“ Die Full-Service-Dialog-Agentur kann im Verpackungsdesign jahrzehntelange Kompetenz vorweisen. Petra Grillenberger von LDD freut sich, Hervis bei der Neupositionierung im Bereich Packaging unterstützen zu können. (red)



Hervis kooperiert bei der Verpackungsgestaltung von Eigenmarken mit LDD.