



Presseinformation

Medien/Magazine

WIENER feiert 300. Ausgabe mit sanften Änderungen

(Wien, 24.4.2006) Am 24. April 2006 feiert der WIENER seine 300. Ausgabe. Anlässlich des runden Jubiläums hat sich das Magazin sanfte Neuerungen verpasst, mit denen man als modernes Lifestyle-Magazin zurück an die Spitze der heimischen Magazinlandschaft will.

Rund 26 Jahre nach seiner Gründung feiert mit dem **WIENER** eines der traditionsreichsten Magazine des Landes seine 300. Ausgabe. Grund genug für Geschäftsführer **André Eckert** und sein Team, frischen Wind in das Lifestyle-Magazin zu bringen. Im Vordergrund der leichten Blattkorrektur stehen neue Rubriken und Kolumnen wie etwa „*My Celebrity*“ von **Hubertus Hohenlohe**, „*Planet Alpha*“ und ein ausgebauter „*Navigator*“, der von einer komplett überarbeiteten „*Kompakt*“-Seite eröffnet wird. Besonderen Wert legte man bei den Neuerungen auf höhere Serviceorientierung: Der beliebte Trendguide „*Navigator*“ wurde umfangreicher, die Schriftgrößen für ein komfortableres Leseerlebnis optimiert und die Hauptstories mit Zusatzinformationen angereichert. Mit dem „*Citycheck 24 Stunden*“ erkundet der **WIENER** künftig auch die Bundesländer und liefert einen kompakten Überblick über attraktive Angebote außerhalb der namensgebenden Bundeshauptstadt.

Konzentration auf die starke Marke

Künftig muss das Magazin ohne den Claim „Mann liest ihn“ auskommen. In den Vordergrund wird die starke Marke gerückt, die sich laut aktuellen Marktforschungsergebnissen sowohl bei Lesern als auch bei Nichtlesern überdurchschnittlicher Bekanntheit erfreut. Durch den redaktionellen Themenmix soll die Marke künftig stärker aufgeladen werden und eindeutig als Lifestyle- und Trendmagazin für Leserinnen und Leser zwischen 25 und 35 Jahren positioniert werden. Die 300. Ausgabe wird von einer breit angelegten Kampagne mit Schwerpunkt Online, Radio und Print begleitet. Für die neue Print-Werbelinie zeichnet Kreativdirektor **Herbert Winkler** verantwortlich, der auch schon den umfassenden Relaunch im vergangenen Jahr umsetzte.

Bewegte Geschichte

Als Szenemagazin für Wien gedacht, verlegten Werber **Gert Winkler**, Gastronom **Michael Satke** und Designer **Günter Lebisch** 1979 den ersten **WIENER**. 1980 stieß der damalige GGK-Boss **Hans Schmid** dazu und verhalf dem Magazin, das seither ein markantes Balkenlogo am Cover trägt, zum internationalen Erfolg. Chefredakteure wie **Franz Manola**, **Markus Peichl**, **Michael Hopp**, **Michael Geringer** und **Andreas Dressler** machten den **WIENER** in den 1980er Jahren gemeinsam mit Artdirektoren wie **Lo Breier**, **Thierry Robert**, **Verena Govoni** und **Age de Cavallo** zum Kultmagazin einer Epoche, das den Begriff Zeitgeist weit über die Grenzen des Landes hinaus prägte. Mit dem Ansatz, zur größten Monatsillustrierten des Landes zu werden, gestaltete **Gerd Leitgeb** als Chefredakteur das Magazin Ende der 1980er vom szenigen Kultmagazin zum breiten General Interest-Titel um. In den 1990er Jahren erreicht der **WIENER** einen Auflagenrekord nach dem anderen und verzeichnet beim Markteinstieg des Wochenmagazins *News* 1992 sein absolutes Reichweitenhoch mit über 700.000 Leserinnen und Lesern. 1997 repositioniert **Andreas Wollinger** als Chefredakteur den **WIENER** wieder als kultiges Monatsmagazin, das Themen aufgreift, derer sich andere Medien nicht annehmen wollen. 1999 wird das Magazin schließlich an den Lifestyle Zeitschriften Verlag verkauft, wo es **Peter Mosser** als einziges deutschsprachiges Magazin für die urbane, männliche Zielgruppe konzipiert. Der internationale Trend gibt Mosser ebenso Recht, wie das rasante Ansteigen der männlichen Leser auf rund 70 Prozent. 2004 wurde **Herbert Winkler** als Artdirektor

verpflichtet und gestaltete den Relaunch anlässlich des 25. Geburtstags im Frühjahr 2005.

Mitte 2005 folgte schließlich die Übernahme der ehemaligen *ET Multimedia AG* durch die *styria MULTI MEDIA AG*, wodurch der **WIENER** in eine eigene Gesellschaft umgewandelt wurde.

Jubiläum mit Visionen

*„Trendig, modern, interessant gestaltet, anspruchsvoll und abwechslungsreich werden künftig die Kernwerte des **WIENER** sein“* umschreibt Geschäftsführer **André Eckert** sein Konzept für die Zukunft. *„Wir bauen auf ein bewährtes Konzept auf, das wir nun noch stärker auf die Wünsche unserer Leserinnen und Leser maßgeschneidert haben. Der **WIENER** steht wieder ganz klar für modernen Lifestyle, was sich auch in den Inhalten – wie beispielsweise den umfangreichen Trendguide ‚Navigator‘ – widerspiegelt.“*

Mit der sanften Blattkorrektur und der bevorstehenden Marketingoffensive nimmt Eckert vor allem neue Leserinnen und Leser ins Visir, wobei er den **WIENER** künftig wieder stärker in den Bundesländern verankern möchte. In der aktuellen Mediaanalyse (MA 2005) weist der **WIENER** 2,6 Prozent Gesamtreichweite mit Schwerpunkt Ostösterreich aus.

Crossmedia-Profi als Geschäftsführer

Seit Jahresbeginn leitet **André Eckert** als Geschäftsführer die Geschicke des **WIENER**. Eckert begann seine Medienlaufbahn nach absolviertem Betriebswirtschaftsstudium an der Leopold Franzen Universität beim *Vorarlberger Medienhaus*, wo er 2000 die Marketingleitung des Stadtportals *Vienna Online* übernahm und für den gesamten Werbeauftritt und die Produktentwicklung verantwortlich zeichnete. 2001 heuerte er innerhalb des Konzerns als Geschäftsführer des Radiosenders *Antenne Vorarlberg* an, um das Unternehmen durch die Einführung moderner Verkaufsmethoden nach amerikanischem Vorbild bald darauf in die Gewinnzone zu führen. Nach vier Jahren im Radiobusiness wechselte Eckert 2005 zum Print und übernahm die Verlagsbüroleitung des *Quoka-*

Verlags – ebenfalls eine Beteiligung des Vorarlberger Medienhauses – mit Sitz in Karlsruhe und Stuttgart, wo er abermals neue Verkaufsstrukturen einführte.

Bildmaterial zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung steht online unter <http://backstage.leisurecommunication.at/wiener/300> zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial finden Sie im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisurecommunication.at/presse>.

Rückfragehinweis:

leisure communication group

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: (+43 676) 844862 100

eMail: khaelssberg@leisuregroup.at