
DIE ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

| | |
|---|---|
| Die Gesamtreichweite und Verbreitung der taz national | 1 |
| Die Basisdaten der überregionalen Tageszeitungen | 2 |

LEISTUNGSVERGLEICH IN DEN JÜNGEREN TOP-ZIELGRUPPEN

| | |
|---|---|
| Die jüngeren und aktiven Zielgruppen | 3 |
| Die jüngeren und gebildeten Zielgruppen | 4 |
| Die jüngeren und kaufkräftigen Zielgruppen | 5 |
| Die jüngeren Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung | 6 |

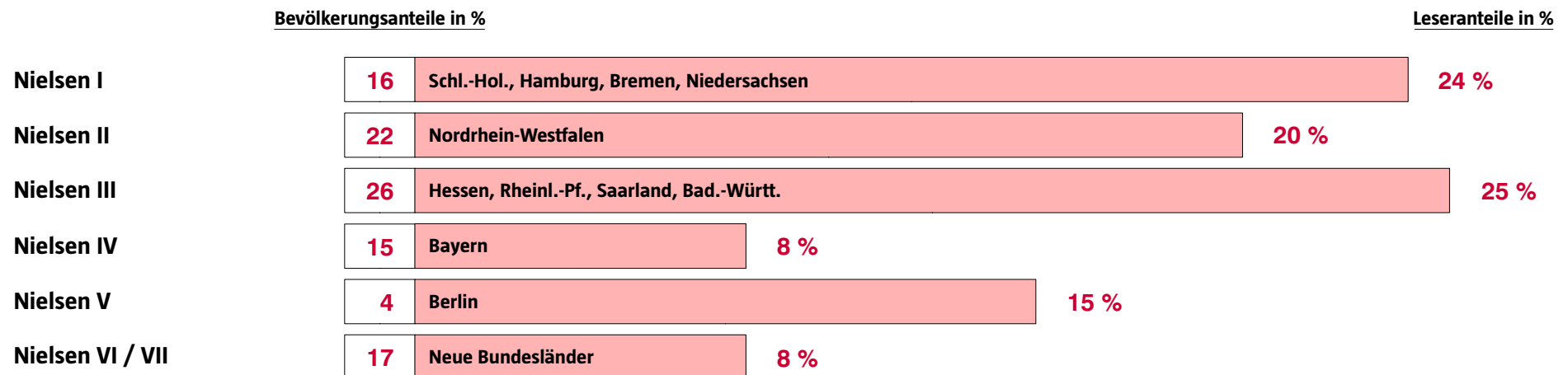
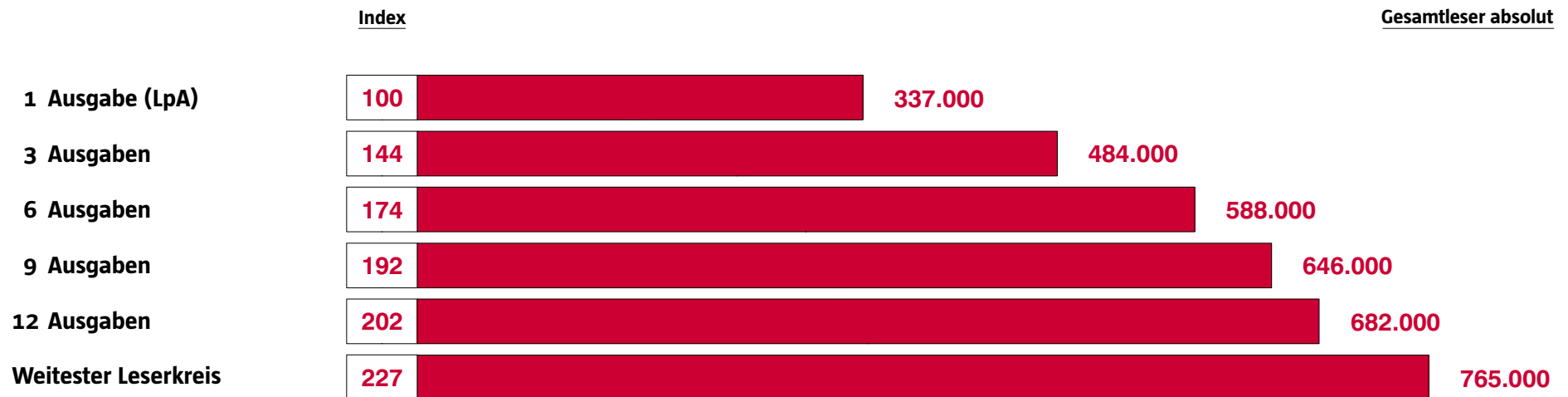
ZUSATZDATEN IN MARKTRELEVANTEN ZIELGRUPPEN

| | |
|---|----|
| Die jüngeren Zielgruppen für Pkw-Anschaffungen | 7 |
| Die jüngeren Zielgruppen für Computer / -ausstattung | 8 |
| Die jüngeren Zielgruppen für Unterhaltungselektronik | 9 |
| Die jüngeren Zielgruppen für Urlaubsreisen | 10 |
| Die jüngeren Zielgruppen für Kino, Theater, Oper, Konzert | 11 |
| Die jüngeren Zielgruppen für Musik und Literatur | 12 |

Quelle: MA 2010 Tageszeitungsdatensatz

DIE GESAMTREICHWEITE UND VERBREITUNG DER TAZ NATIONAL

Die Gesamtreichweiten nach Mehrfacheinschaltung und Verbreitung nach Nielsen-Gebieten und Bundesländern



DIE BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

Die Gesamtreichweiten national ab 14 Jahre (Leser pro Ausgabe) und Anzeigenpreise 1/3 Seite 4c

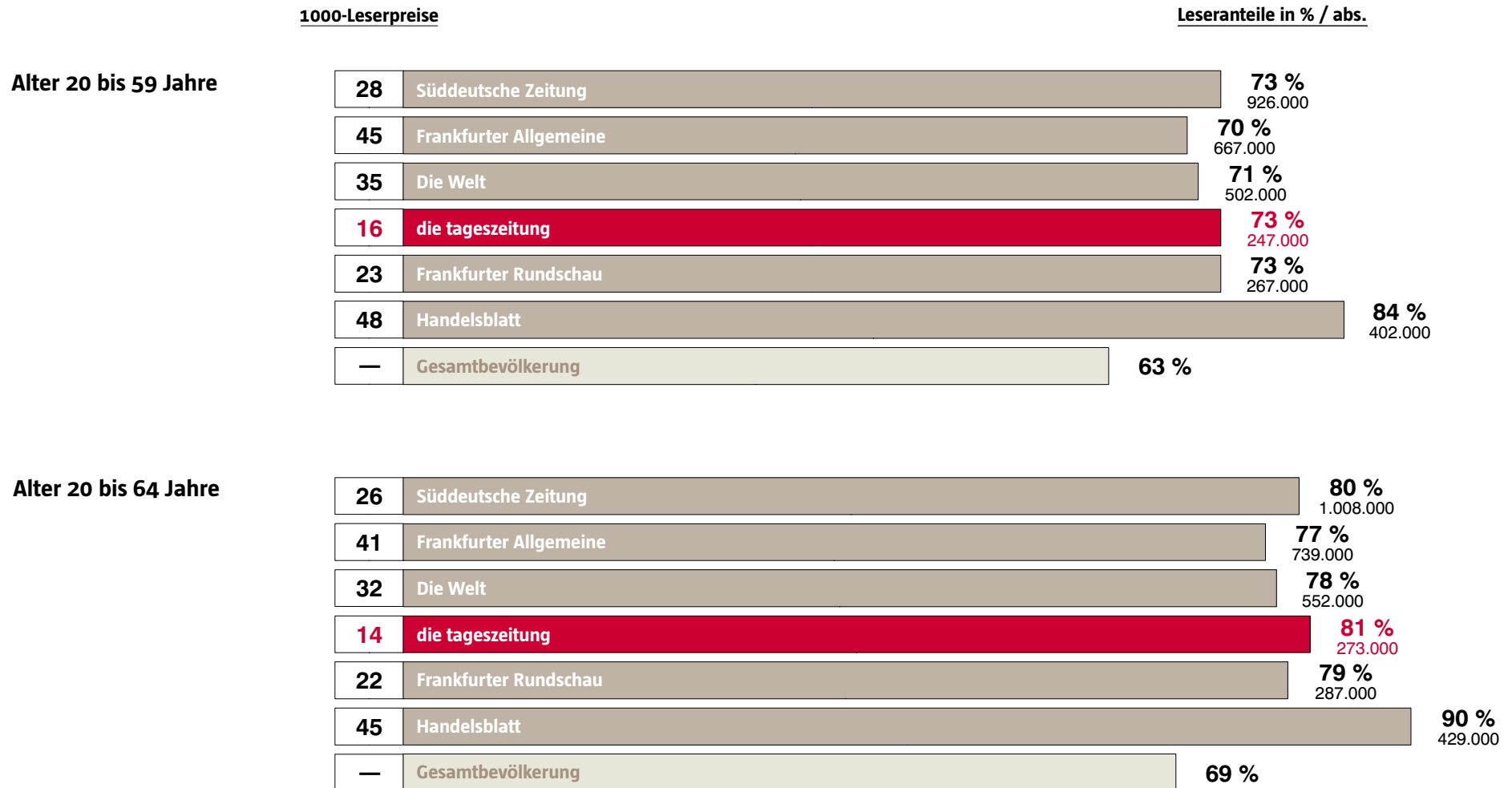
| | <u>Index</u> SZ = Index 100 | | <u>Gesamtleser absolut</u> |
|--|--------------------------------|------------------------|----------------------------|
| Leser pro Ausgabe (LpA) | 100 | Süddeutsche Zeitung | 1.267.000 |
| | 76 | Frankfurter Allgemeine | 959.000 |
| | 56 | Die Welt | 709.000 |
| | 27 | die tageszeitung | 337.000 |
| | 29 | Frankfurter Rundschau | 365.000 |
| | 38 | Handelsblatt | 476.000 |
| Anzeigenpreise Mo-Fr 1/3 Seite 4 c in € | 100 | Süddeutsche Zeitung | 26.000,- |
| | 115 | Frankfurter Allgemeine | 29.990,- |
| | 67 | Die Welt | 17.389,- |
| | 15 | taz | 3.906,- |
| | 24 | Frankfurter Rundschau | 6.262,- |
| | 74 | Handelsblatt | 19.300,- |

DER LEISTUNGSVERGLEICH

| | |
|--|----------|
| Altersgruppen 20 bis 59 Jahre | 3 |
| mit Abitur / Studium bzw. mittlerer Schulbildung | 4 |
| mit Haushaltsnettoeinkommen 2.000 bzw. 2.500 € und mehr | 5 |
| Selbständige, Freiberufler, leitende und qualifizierte Angestellte und Beamte | 6 |

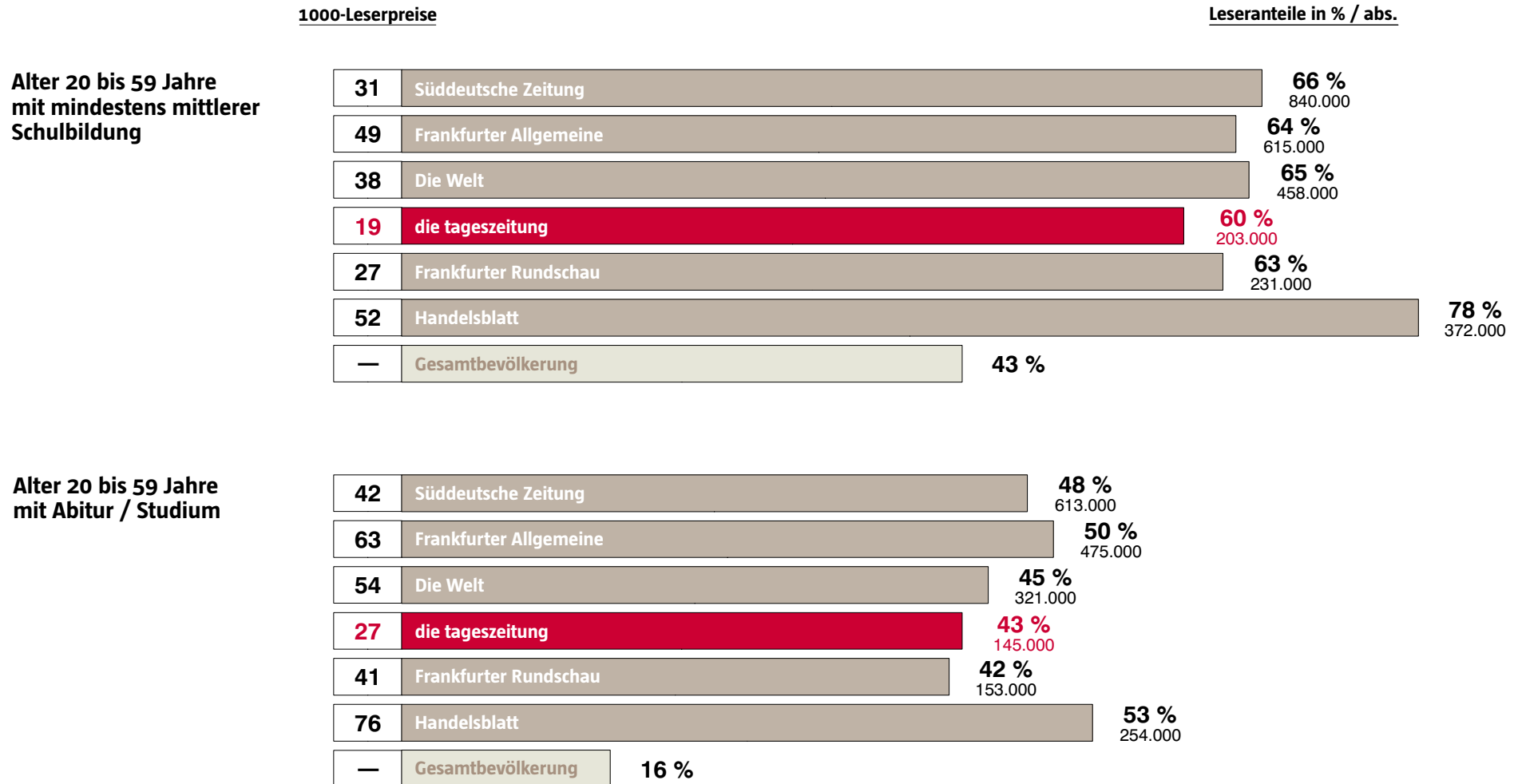
DIE JÜNGEREN UND AKTIVEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 bzw. 20 bis 64 Jahre (Leseranteile in %, Reichweite in Tsd. und 1000-Leserpreise)



DIE JÜNGEREN UND GEBILDETEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 Jahre mit mindestens mittlerer Schulbildung bzw. mit Abitur / Studium (Leseranteile in % und absolut)



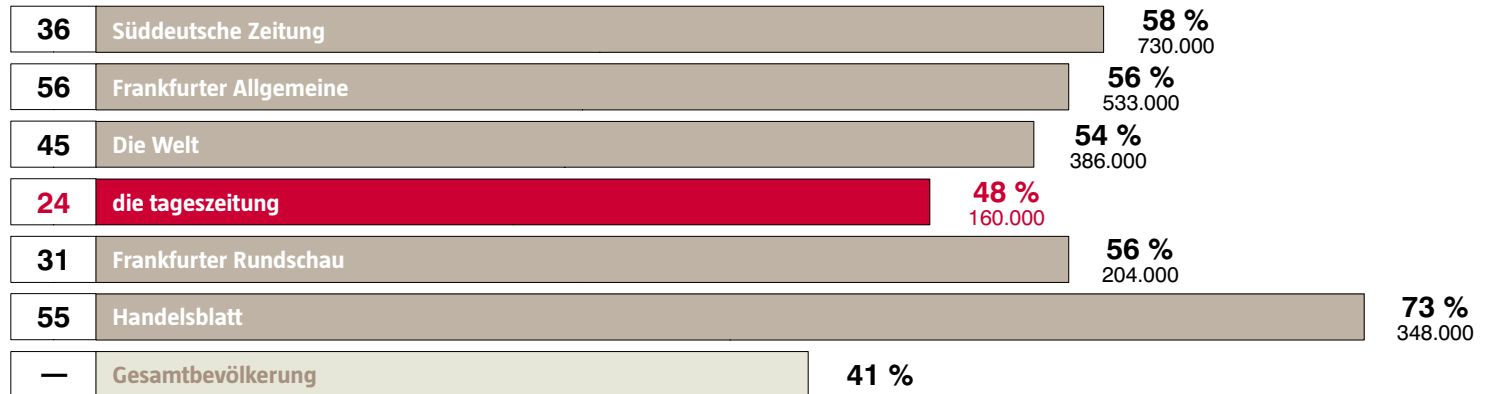
DIE JÜNGEREN UND KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 Jahre mit Haushaltsnettoeinkommen 2.000 bzw. 2.500 € und mehr (Leseranteile in % und absolut)

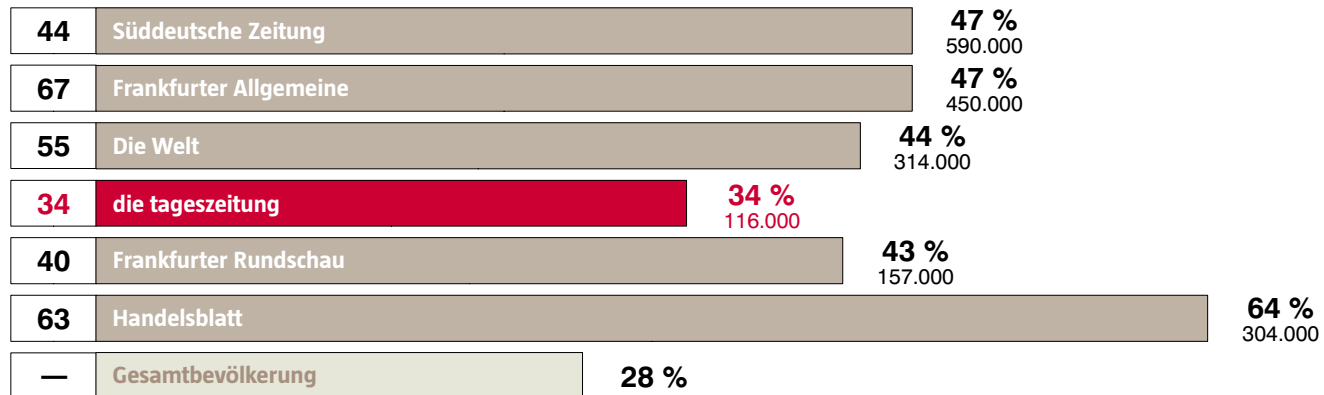
1000-Leserpreise

Leseranteile in % / abs.

Alter 20 bis 59 Jahre mit
HHNE 2.000 € und mehr



Alter 20 bis 59 Jahre mit
HHNE 2.500 € und mehr



DIE JÜNGEREN ENTSCHEIDER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

Selbständige, Freiberufler, leitende und qualifizierte Angestellte und Beamte (jetziger Beruf des Befragten) 20 bis 59 Jahre

1000-Leserpreise

Leseranteile in % / abs.

Selbständige, Freiberufler,
leitende und qualifizierte
Angestellte und Beamte,
Alter 20 bis 59 Jahre

| | | |
|----|------------------------|-----------------|
| 46 | Süddeutsche Zeitung | 44 % 562.000 |
| 71 | Frankfurter Allgemeine | 44 % 423.000 |
| 60 | Die Welt | 41 % 292.000 |
| 32 | die tageszeitung | 36 % 121.000 |
| 41 | Frankfurter Rundschau | 42 % 152.000 |
| 61 | Handelsblatt | 66 % 315.000 |
| — | Gesamtbevölkerung | 19 % |

Selbständige, Freiberufler
Alter 20 bis 59 Jahre

| | | |
|-----|------|-----------------|
| 174 | SZ | 12 % 149.000 |
| 268 | FAZ | 12 % 112.000 |
| 189 | Welt | 13 % 92.000 |
| 100 | taz | 11 % 39.000 |
| 153 | FR | 11 % 41.000 |
| 297 | HB | 14 % 65.000 |
| — | Ges. | 5 % |

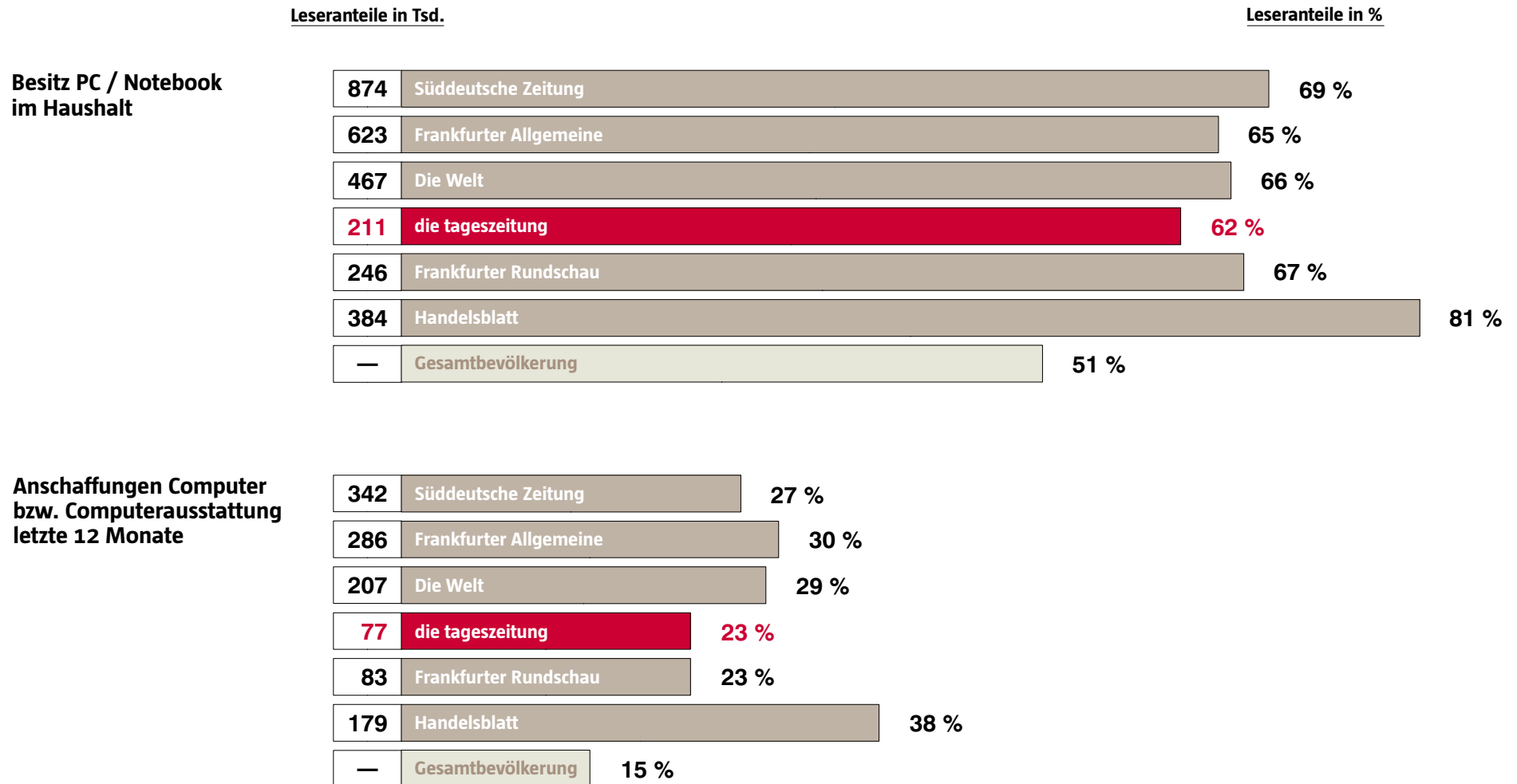
ZUSATZINFORMATIONEN

WERBERELEVANTE ZIELGRUPPEN IM ALTER 20 BIS 59 JAHRE

| | |
|---|-----------|
| Pkw-Besitz im Haushalt, Pkw-Anschaffungen | 7 |
| Computerbesitz und -anschaffungen | 8 |
| Handy und MP3-Player | 9 |
| Längere Urlaubsreisen und Kurzreisen | 10 |
| Kino, Theater, Oper, Konzert, kulturelle Veranstaltungen | 11 |
| Musik und Literatur | 12 |

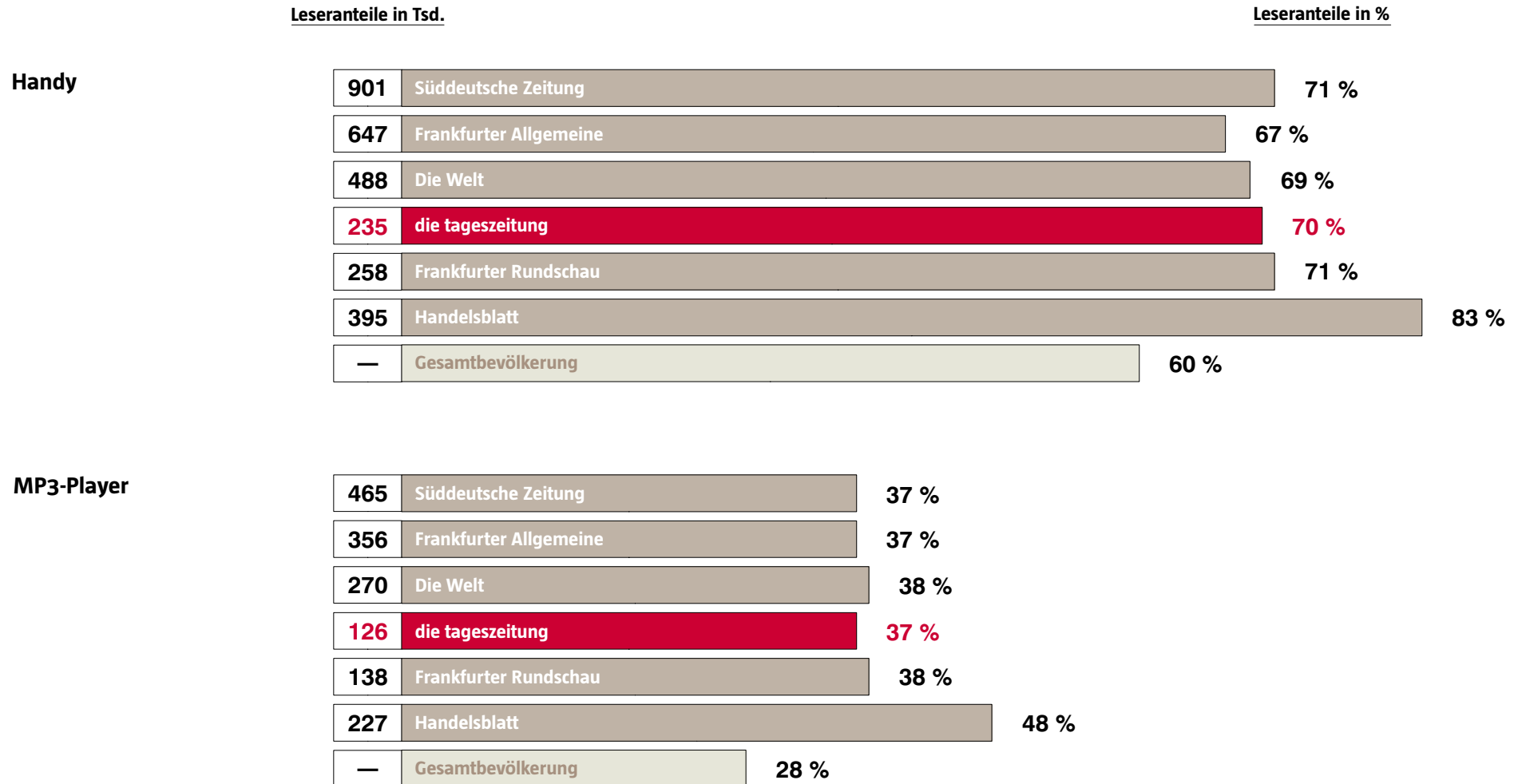
DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR COMPUTER / -AUSSTATTUNG

Computerbesitz (PC, Notebook) im Haushalt und Anschaffungen letzte 12 Monate – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre



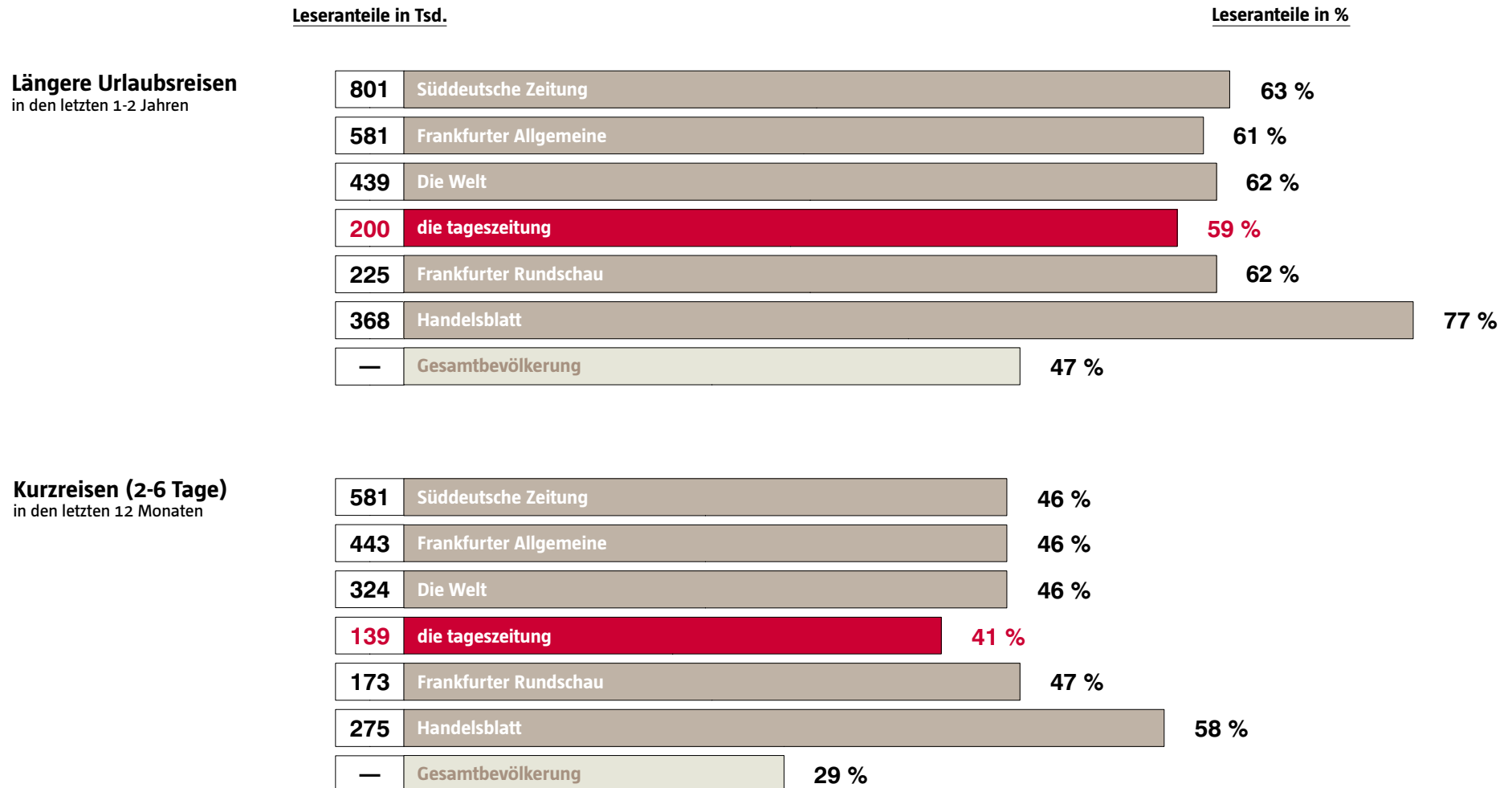
DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

Handy und MP3-Player: Besitz im Haushalt – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre



DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR URLAUBSREISEN

Längere Urlaubsreisen (letzte 1-2 Jahre) bzw. Kurzreisen (letzte 12 Monate) – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre



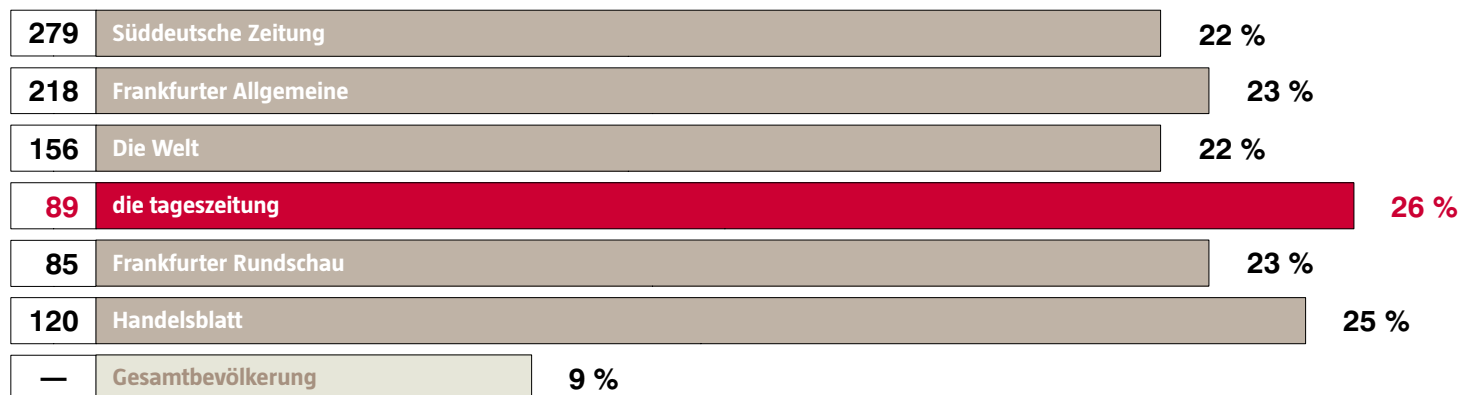
DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR KINO, THEATER, OPER, KONZERT

Freizeitaktivitäten: Kino, Theater, Oper, Konzert und andere kulturelle Veranstaltungen – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre

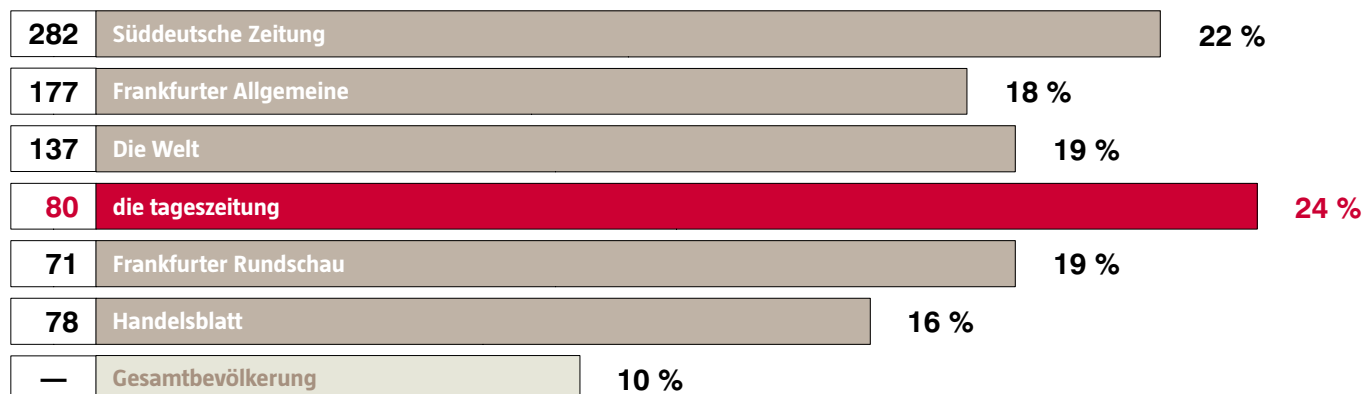
**Theater, Oper, Konzert
und andere kulturelle
Veranstaltungen**
ein- oder mehrmals im Monat

Leseranteile in Tsd.

Leseranteile in %



Kinobesuche
ein- oder mehrmals im Monat



DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR MUSIK UND LITERATUR

Freizeitaktivitäten: CDs, Schallplatten, Cassetten hören bzw. Bücher lesen – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre

