

Wo Werbung wirkt.

Die Leserschaft der F.A.Z. und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung.



2004/2005

Inhalt.

Die Redaktion

Seite 4 Journalismus auf höchstem Niveau.

Seite 5 Die etwas andere Preisliste.

Die F.A.Z.

Seite 6 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Seite 7 Der Aufbau der F.A.Z.

Die Sonntagszeitung

Seite 8 Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung.

Seite 9 Der Aufbau der Sonntagszeitung.

Die Leserschaft

Seite 10 Lernen Sie unsere Leser genauer kennen.

Seite 12 Die Leser der F.A.Z.

Seite 14 Die Leser der F.A.S.

Erfolg kombinieren

Seite 16 Das Beste beider Zeitungen.

Seite 17 Die intelligente Kombination.

Seite 18 Impressum.

Journalismus auf höchstem Niveau.

Die vielfach ausgezeichnete Redaktion der F.A.Z.

Exklusivität, Aktualität und Kontinuität – tagtäglich Journalismus auf höchstem Niveau zu bieten erfordert Grundsätzliches: eine der größten Redaktionen aller Printmedien, eines der weltweit größten Korrespondentennetze, Europas größtes Pressearchiv und eine Vielzahl renommierter Autoren und Spezialisten aus der ganzen Welt, die exklusiv für das Haus schreiben. Das Ergebnis ist eine unvergleichliche journalistische Substanz, die der Leser erwartet und von der Ihre Anzeigen profitieren. Die Kompetenz der Redaktion kommt in erster Linie den beiden wichtigsten Publikationen der F.A.Z.-GmbH zugute: der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung.

Kontinuität zeichnet sich aus.

Die Kontinuität gehaltvollen Schaffens, der Anspruch, die Qualität und die ausgezeichnete Reputation zeigen sich auch am Image der F.A.Z.-GmbH im Ranking der Medienunternehmen. 2501 Führungskräfte wurden vom „manager magazin“ im Rahmen der „Imageprofile 2004“ befragt. Und sie haben sich entschieden: für die F.A.Z.-GmbH als das führende Unternehmen im Bereich Printmedien. Unter allen deutschen Unternehmen steht die F.A.Z.-GmbH branchenübergreifend auf dem 25. Platz von 171 erhobenen Unternehmen. Das herausragende Image dient gezielter Kommunikation gleich doppelt: Die Qualität spricht eine anspruchsvolle Leserschaft an und wird auch den Anzeigen zugeschrieben.

Rangliste Medienunternehmen

Rang	Unternehmen	Ruf
1	F.A.Z.-Gruppe	737
2	Bertelsmann	718
3	Gruener + Jahr	704
4	Hubert Burda Media	665
5	RTL Group	660
6	Süddeutscher Verlag	656
7	Axel Springer Verlag	655
8	Heinrich Bauer Verlag	617
9	Verlagsgruppe Holtzbrinck	615
10	Verlagsgruppe WAZ	612
11	ProSiebenSat1 Media	601

Die etwas andere Preisliste.

Daß F.A.Z. und Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung ausgezeichneten Journalismus bieten, kann man wörtlich nehmen. Folgend eine Auswahl der Preise, mit denen die Zeitungen in den letzten Jahren ausgezeichnet wurden.

Auszeichnungen und Preise für die Frankfurter Allgemeine Zeitung.	
Preis des Branchenmagazins „Wirtschaftsjournalist“	2003 Deutschlands beste Wirtschaftsredaktion
Sportredaktion des Jahres	2003–1994, 1992 für hervorragende Sportberichte
Medien Tenor Preis	2002, 2001 für journalistische Vielfalt
Award of Excellence	2000 für die Abbildung einer Sequenz des menschlichen Genoms und für die F.A.Z.-Titelseite
Fair-Play-Preis	1999 für Sportjournalismus
Hans-Bausch-Mediapreis	1999 für Einrichtung der Hörfunkseite
Axel-Springer-Preis	1999 Sonderpreis „Hauptstadt Berlin“
Friedrich-Märker-Preis	1998 für Essayistik
Lion-Feuchtwanger-Preis	1998 für historische Prosa
Wachsmann-Preis	1998 für verständliche Darstellung komplexer Zusammenhänge
Theodor-Wolff-Preis	1999 für Feuilleton, 1997 für Allgemeines, 1996 für Lokaljournalismus
Alfred-Kerr-Preis	1997 für Literaturkritik
Ludwig-Erhard-Preis	1997, 1994, 1993 für Wirtschaftsjour. im Sinne der soz. Marktwirtschaft
Karl-Klasen-Journalistenpreis	1997 für publiz. Leistungen zur Förder. der deut.-amerik. Beziehungen
Georg-von-Holtzbrinck-Preis	1997 für Wissenschaftsjournalismus
Auszeichnungen und Preise für die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung.	
Universität von Navarra	2003 Malofiej-Goldmedaille für eine Informationsgrafik Anerkennung der Jury für „Bester Informationsgrafik-Einsatz“
Gesellschaft für Zeitungs-Design	2003 Prämierung „Eine der schönsten Zeitungen der Welt“
Art Directors Club	2003 Auszeichnung für eine Titel- und Innenseitengestaltung
European Newspaper Design Award	2002 1. Platz beim Design Award in der Kategorie „Wochenzeitung“

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung.

Prägend. Pluralistisch. Unabhängig.

Als „Zeitung für Deutschland“ zählt die F.A.Z. seit ihrer Gründung zu den deutlichsten und konstantesten publizistischen Stimmen Deutschlands und zu den besten Zeitungen der Welt. Das hohe Ansehen verdankt die Frankfurter Allgemeine der ausführlichen, exklusiven Hintergrundberichterstattung, den fundierten Analysen und der Vielfalt ihres Angebots. Die F.A.Z. dokumentiert und kommentiert das Zeitgeschehen kompetent und glaubwürdig. Eine klare Trennung zwischen Nachricht und Kommentar gehört zu ihren journalistischen Grundprinzipien.

Führende Wirtschafts- und Finanzberichterstattung.

Jeden Morgen greifen mehr Manager und Führungspersonlichkeiten zur F.A.Z. als zu jeder anderen deutschen Tages- oder Wirtschaftszeitung (LAE 2003). Mit einer Fülle an Berichten, Kommentaren, Finanzmarktanalysen und Kursübersichten macht die Frankfurter Allgemeine das internationale Wirtschaftsgeschehen und die Finanzmärkte transparent – kompetent, verständlich und verlässlich.

Vielfältig vielversprechend.

Sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht erweist sich die F.A.Z. als unentbehrlicher Werbeträger: Ausgezeichnete Reichweiten- und Affinitätswerte erreicht die F.A.Z. insbesondere in anspruchsvollen Zielgruppen.

Die F.A.Z. in Kürze

- ▶ **Gegründet am 1. November 1949**
- ▶ **Fünf Herausgeber leiten die Redaktion nach dem Kollegialprinzip. Sie garantieren geistige Unabhängigkeit und Überparteilichkeit.**
- ▶ **Die F.A.Z. wird in rund 150 Ländern vertrieben und gelesen.**
- ▶ **Über 1,1 Millionen Leser pro Ausgabe (AWA 2004)**
- ▶ **379.714 verkaufte Exemplare (IVW II/2004, Mo-Sa)**



Der Aufbau der F.A.Z.

Für jede Anzeige das ideale Umfeld.

Die täglichen Bestandteile und die wöchentlichen Beilagen im Überblick.						
	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa
POLITIK	•	•	•	•	•	•
Deutschland und die Welt	•	•	•	•	•	•
Zeitgeschehen	•	•	•	•	•	•
WIRTSCHAFT	•	•	•	•	•	•
Unternehmen	•	•	•	•	•	•
Wetter	•	•	•	•	•	•
Länderberichte	•					
Netzwirtschaft	•					
Management	•					
Europraxis		•				
Ordnung der Wirtschaft/Menschen und Wirtschaft						•
Recht und Steuern			•			
FINANZMARKT	•	•	•	•	•	•
Aktienmärkte und Indizes		•	•	•	•	•
SPORT	•	•	•	•	•	•
FEUILLETON	•	•	•	•	•	•
Medien	•	•	•	•	•	•
Literatur						•
Neue Sachbücher	•				•	
Kino				•		
Schallplatten und Phono						•
BERUF UND CHANCE MIT STELLENMARKT						•
IMMOBILIENMARKT					•	
KUNSTMARKT						•
MOTORMARKT						•
NATUR UND WISSENSCHAFT			•			
REISEBLATT				•		
TECHNIK UND MOTOR		•				

Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung. Unterhaltsam. Intelligent. Anregend.

Für einen perfekten Sonntag.

Wer sonntags liest, will mehr als nur informiert werden. Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung bereitet deshalb alle Themen durchgängig erzählerisch und unterhaltsam auf. Das Ergebnis sind gehaltvolle und exklusive Hintergrundinformationen und -berichte, Reportagen und Analysen mit Anspruch, Stil und Esprit.

Vielseitig und vielfarbig.

Die Sonntagszeitung überzeugt durch ihre redaktionelle Vielfalt ebenso wie durch die lesefreundliche Gestaltung. Sie ist durchgehend farbig und reich an stimmungsvollen Fotos, aufwendigen Illustrationen und informativen Grafiken. Daß die Sonntagszeitung gefällt, zeigt sich auch in der Lesefreudigkeit der Leser.

Inspiration inklusive.

Gelesen wird die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung in aller Ruhe und mit großer Aufmerksamkeit. Womöglich liegt dies auch daran, daß die Sonntagszeitung dem Leser genau das bietet, was er schätzt und erwartet: Einblicke, Ausblicke, Anregungen und Tips mit einem hohen persönlichen Nutzwert. Eine Vielfalt an Themen, die interessieren – ausführlicher Sport, Lifestyle und Kultur. Immer originell und stets in bester Qualität.

Die F.A.S. in Kürze

- ▶ 30. September 2001 deutschlandweite Einführung der „Sonntagszeitung“
- ▶ Große Themenvielfalt in höchster Qualität: zehn Bücher informieren und unterhalten aktuell, intelligent und hintergründig.
- ▶ Über 1,3 Millionen Leser pro Ausgabe (AWA 2004)
- ▶ 285.171 verkaufte Exemplare (IVW II/04)



Der Aufbau der F.A.S.

Entspannter lesen, gezielter schalten.

Politik

Der Politikteil widmet sich den Ereignissen der vergangenen Woche sowie neuesten Entwicklungen. Exklusive Meldungen und Interviews, hintergründige Reportagen und kritische Kommentare ermöglichen dem Leser, entscheidende Zusammenhänge zu verstehen.

Sport

Der Sportteil der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung beweist jeden Sonntag: Sport ist mehr als der Wettstreit um Medaillen, Pokale oder Bestzeiten. Sport fasziniert. Aufbereitet von der mehrfach ausgezeichneten Sportredaktion der F.A.Z., bekommt diese Faszination viel Raum.

Feuilleton

Das Feuilleton schenkt den klassischen Gegenständen der schönen Künste ein ebenso breites Forum wie populären Stilrichtungen. Ein Termin kalender informiert darüber hinaus über interessante Ereignisse der kommenden Woche.

Wirtschaft

Der Wirtschaftsteil dokumentiert, kommentiert und analysiert die spannende Welt der Märkte – von Unternehmensportraits bis hin zu aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen. Hintergründig, fundiert, verständlich und unterhaltend.

Geld & Mehr

Der Finanzteil bringt nicht nur das weltweite Börsengeschehen nahe. Er gibt auch wertvolle Tips und Analysen rund um den langfristigen Vermögensaufbau, die persönliche Altersvorsorge oder die richtige Anlagestrategie.

Gesellschaft

Der Gesellschaftsteil gibt aktuellen gesellschaftlichen Fragen ebenso Raum wie ungewöhnlichen Portraits interessanter Persönlichkeiten. Berichte und Reportagen zu den Themen Lifestyle, Technik, Wohnen und Mode runden dieses Buch ab.

Wissenschaft

Der Wissenschaftsteil präsentiert verständlich und in außerordentlicher Art und Weise aktuelle und ungewöhnliche Themen aus der Welt der Wissenschaft. Besonderes Schmankerl: Auf einer aufwendig illustrierten Doppelseite wird jede Woche ein Thema ganz besonders intensiv betrachtet.

Reise

Der Reiseteil der Sonntagszeitung gibt jede Woche Anregungen und Tips, wie die schönsten Wochen des Jahres noch schöner werden – nützlich und charmant. Im Anzeigenteil finden sich zudem viele interessante Reiseangebote.

Motor

Der Motorteil widmet sich den interessanten Aspekten zum Thema Auto und Motor. Im Anzeigenteil finden sich viele reizvolle Angebote.

Immobilien

Der Immobilienteil verrät, wo, wie und wann sich Investitionen in Haus und Grund lohnen und welche Märkte am meisten Entwicklungspotential haben. Im Anzeigenteil finden sich interessante Immobilienangebote.

Regionalausgabe Rhein-Main

Exklusiv für Leser im Ballungsraum Rhein-Main: Dieses Buch richtet besonderes Augenmerk auf die Ereignisse im Rhein-Main-Gebiet und in Frankfurt. Von lokaler Politik und Wirtschaft bis hin zu regionalem Sport und der Kultur vor Ort.

Lernen Sie unsere Leser genauer kennen.

Gebildet, erfolgreich, einkommensstark.

	F.A.Z.		F.A.S.		Kombi F.A.Z./F.A.S.		
	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Affinitäts- index
GESAMT	100,0	1.148	100,0	1.303	100,0	2.135	100
GESCHLECHT							
Männlich	65,8	756	63,7	830	64,8	1.384	135
Weiblich	34,2	392	36,3	474	35,2	751	68
ALTER							
14-29 Jahre	13,2	151	12,6	164	13,2	282	68
30-39 Jahre	16,0	184	13,4	175	15,1	323	86
40-49 Jahre	18,7	215	20,3	265	19,3	413	111
50-59 Jahre	18,3	210	18,9	246	18,2	389	127
60-69 Jahre	21,6	248	23,8	310	22,5	481	139
70 Jahre und älter	12,1	139	11,1	144	11,6	248	77
BILDUNG							
Volks-, Hauptschule mit/ohne Lehre	21,6	248	22,1	288	22,4	477	47
Höhere Schule ohne Abitur	27,1	312	30,4	396	29,3	626	92
Abitur, Hochschulreife, Studium	51,2	588	47,5	619	48,3	1.032	232
BERUF							
Inhaber, Geschäftsführer, Selbständige und Freiberufler	10,5	121	9,1	118	9,6	205	201
Leitender Angestellter	10,7	123	10,0	131	10,2	217	258
Beamter des höheren oder gehobenen Dienstes	4,1	47	3,7	48	4,1	86	236
Übrige Angestellte oder Beamte	25,1	288	23,8	311	24,6	525	104
HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN							
bis unter 1.000,- €	5,1	58	4,5	59	5,1	108	46
1.000,- € bis unter 2.000,- €	22,8	261	24,1	315	24,3	519	62
2.000,- € bis unter 3.000,- €	25,1	288	26,9	351	26,4	563	100
3.000,- € bis unter 5.000,- €	30,8	354	29,7	387	30,1	643	157
5.000,- € und mehr	16,2	186	14,7	192	14,1	302	317

	F.A.Z.		F.A.S.		Kombi F.A.Z./F.A.S.		
	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Anteil in %	Reichw. in Tsd.	Affinitäts- index
GESAMT	100,0	1.148	100,0	1.303	100,0	2.135	100
SOZIALE SCHICHT							
Oberschicht	10,3	118	10,4	136	9,8	209	444
Gehobener Mittelstand	42,8	492	41,7	544	41,0	876	174
Breite Mittelschicht	44,1	507	44,9	585	46,1	983	72
Einfachste soziale Schicht	2,7	31	2,9	38	3,1	67	30
GESELLSCHAFTLICH-WIRTSCHAFTLICHER STATUS*							
Stufe 1 - hoch	38,7	444	34,6	451	34,8	742	342
Stufe 2	19,2	220	23,2	302	21,4	457	176
Stufe 3	18,5	212	18,2	237	18,8	401	111
Stufe 4	11,7	134	13,6	178	13,3	284	64
Stufe 5	5,7	66	4,9	64	5,6	119	32
Stufe 6	3,5	40	3,2	41	3,6	77	30
Stufe 7 - niedrig	2,8	32	2,3	30	2,6	55	24
NIELSENGEBIETE							
Nielsen 1 (Nord)	12,4	142	12,1	157	12,7	271	79
Nielsen 2 (Nordrhein-Westfalen)	20,4	235	23,3	304	22,6	482	106
Nielsen 3a (Mitte/Südwest))	30,0	344	27,6	359	26,8	573	200
Nielsen 3b (Baden-Württemberg)	16,1	184	13,0	169	14,6	311	120
Nielsen 4 (Bayern)	10,3	118	8,8	114	10,0	213	68
Nielsen 5 (Berlin)	4,0	46	5,2	68	4,6	97	114
Nielsen 6 (Nordost)	3,6	41	5,5	72	4,6	99	50
Nielsen 7 (Sachsen/Thüringen)	3,3	38	4,5	59	4,1	88	45

Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

* Gebildet für die gesamtdeutsche Bevölkerung (ab 14 Jahren) aus den Angaben zu Schulabschluss, Berufskreis, Hauptverdienerereinkommen, sozialer Schicht nach dem Interviewer-Eindruck.
Stufe 1: wirtschaftlich leistungsfähigste und gebildetste Schicht;
Stufe 7: Personen im einfachsten Lebenszuschnitt

Lesebeispiel: 9,8 Prozent (209.000) der Leser der F.A.Z./F.A.S.-Kombi gehören der Oberschicht an.
Damit ist der Anteil 4,44 mal so groß wie in der Gesamtbevölkerung (Index 444, Gesamtbevölkerung = 100).

Die Leser der F.A.Z.

Die Zeitung der Führungspersönlichkeiten.

Die LAE 2003 beweist: Keine andere überregionale Tages- und Wirtschaftszeitung erzielt unter den Entscheidungsträgern eine größere Reichweite als die F.A.Z.


Die Reichweite der F.A.Z. Zielgruppe: Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung

Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung
 247.000

Davon entscheiden allein, delegieren oder entscheiden im Team in folgenden Bereichen:

Leitung der Firma/des Unternehmens/des Betriebes
 144.000

Verwaltung/Organisation/EDV
 214.000

Produktion/Logistik/Materialwirtschaft
 180.000

Absatz/Marketing
 161.000

Finanzen
 152.000

Vertrieb/Verkauf/Außendienst
 104.000

Treffpunkt der Experten.

F.A.Z.-Leser erwarten eine differenzierte und kompetente Berichterstattung, wie sie so nur in der F.A.Z. zu finden ist. Das hohe Interesse der Leser an Wirtschafts- und Finanzthemen macht die Frankfurter Allgemeine Zeitung zu *dem Umfeld* für Finanzanzeigen und anspruchsvolle Unternehmenskommunikation.

F.A.Z.-Leser haben besonderes Interesse an ...	Anteil der F.A.Z.-Leser in %	Reichweite in Tausend	Affinitätsindex
... Politik	53,2	611	214
... Wirtschaftsthemen, Wirtschaftsfragen	44,4	510	300
... Geld-, Kapitalanlagen	40,1	461	178
... Aktien, Investmentfonds	26,5	304	298
... Versicherungen, finanzieller Absicherung gegen Unglücksfälle	28,4	326	135
... privater Altersvorsorge, finanzieller Absicherung für die Zukunft	34,2	393	131

Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

Lesebeispiel: 53,2 Prozent (611.000) der F.A.Z.-Leser interessieren sich ganz besonders für Politik. Damit ist der Anteil 2,14 mal so groß wie in der Gesamtbevölkerung (Index 214, Gesamtbevölkerung = 100).

Die Leser der F.A.S.

Die Lektüre für eine anspruchsvolle Zielgruppe.

Das vielfältige und hochwertige Informations- und Themenangebot der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung spricht eine interessierte, kauf- freudige und kaufkräftige Leserschaft an.

Erfahrungsgemäß fallen in entspannter Sonntags- atmosphäre die meisten Kaufentscheidungen. Die nötige Inspiration findet der Leser jede Woche in der Sonntagszeitung.

Die Leser der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung sind neugierig und innovativ ...	Anteil der Leser in %	Reichweite in Tausend	Affinitäts- index
Gesamt	100,0	1.303	100
INFORMATIONSIINTERESSE			
Kunst- und Kulturszene: Interessiert mich	69,9	911	167
Bücher: Interessiert mich	90,4	1.179	124
Urlaub und Reisen: Interessiert mich	90,0	1.173	109
CONSUMER-ZIELGRUPPEN			
Ultra Consumers - intensive, spontane, extrovertierte Konsumenten	14,8	193	182
Ultra Consumers - Exklusivität/Neigung zur Exklusivität	8,4	110	274
Innovatoren, Trendsetter	38,1	496	312
Hedonisten	20,3	264	259

Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

Lesebeispiel: 38,1 Prozent (496.000) der F.A.S.-Leser gehören zu den Innovatoren und Trendsettern. Damit ist der Anteil 3,12 mal so groß wie in der Gesamtbevölkerung (Index 312, Gesamtbevölkerung = 100).

... anspruchsvoll und konsumfreudig	Anteil der Leser in %	Reichweite in Tausend	Affinitätsindex
Gesamt	100,0	1.303	100
KÄUFERTYPOLOGIE			
Ich kaufe häufiger in guten Feinkostgeschäften ein oder in besonderen Weinläden oder auch in exklusiven Konditoreien, Confiserien	25,8	337	344
Es kommt schon mal vor, daß ich für ein Feinschmecker-Menü in einem Spitzenrestaurant 50 Euro (ca. 100 DM) oder mehr ausgeben (pro Person)	30,9	403	305
Ich kaufe gern Produkte von einer exklusiven Firma, wie z.B. Etienne Aigner, Armani, Chanel, Dior, Hermès, Jil Sander, Valentino usw.	15,0	196	227
Ich kaufe für mich gern Sportbekleidung oder sportliche Kleidung relativ teurer Marken (wie Bogner, Fila, Tommy Hilfiger usw.)	14,0	182	171
Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis	53,5	697	147
Für gute Qualität bin ich auch bereit, mehr zu zahlen	80,4	1.048	132

Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

Lesebeispiel: 15,0 Prozent (196.000) der F.A.S.-Leser kaufen gerne Produkte exklusiver Firmen. Damit ist der Anteil 2,27 mal so groß wie in der Gesamtbevölkerung (Index 227, Gesamtbevölkerung = 100).

Das Beste beider Zeitungen.

Profitieren Sie von unseren Lesern.

Nicht nur einzeln betrachtet – auch kombiniert gesehen, heben sich die Leserinnen und Leser von F.A.Z. und Sonntagszeitung deutlich vom Bevölkerungsdurchschnitt ab. Sie sind meinungsführend und innovativ, beruflich und privat aktiv sowie vielseitig interessiert.

Die Vorteile der Anzeigenkombination

- ▶ Mit einer Buchung werden die hochwertigen Leserschaften von F.A.Z. und F.A.S. zusammen erreicht.
- ▶ Attraktive Kombinationsrabatte
- ▶ Über 2 Millionen Leser (AWA 2004)
- ▶ 664.885 verkaufte Exemplare (IVW II/04)

	Kombi F.A.Z./F.A.S.		
	Anteil an den Lesern der Kombi in %	Kombi-Reichweite in Tausend	Affinitätsindex
Gesamt	100,0	2.135	100
MEINUNGSFÜHRER/PERSÖNLICHKEITSSTÄRKE			
Meinungsführer	42,8	914	157
Nicht-Meinungsführer	57,2	1.221	79
SKALA DER INNOVATIONSORIENTIERUNG			
Innovatoren	16,9	362	425
Trendsetter	21,5	460	263
Frühe Nachfolger	38,6	823	140
Breiteste Mehrheit	20,9	446	52
Nachzügler, Abstinente	2,0	43	10
AKTIVITÄTSINDEX			
Sehr Aktive	53,5	1.141	191
Durchschnittlich Aktive	33,3	710	95
Wenig Aktive	13,3	283	36
INTERESSENHORIZONT			
Sehr breites Interessenspektrum	28,5	608	178
Breites Interessenspektrum	27,4	584	121
Durchschnittliches Interessenspektrum	28,8	616	94
Enges Interessenspektrum	11,0	235	60
Sehr enges Interessenspektrum	4,3	92	35

Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

Lesebeispiel: 28,5 Prozent (608.000) der Leser der F.A.Z./F.A.S.-Kombi haben ein sehr breites Interessenspektrum. Damit ist der Anteil 1,78 mal so groß wie in der Gesamtbevölkerung (Index 178, Gesamtbevölkerung = 100).

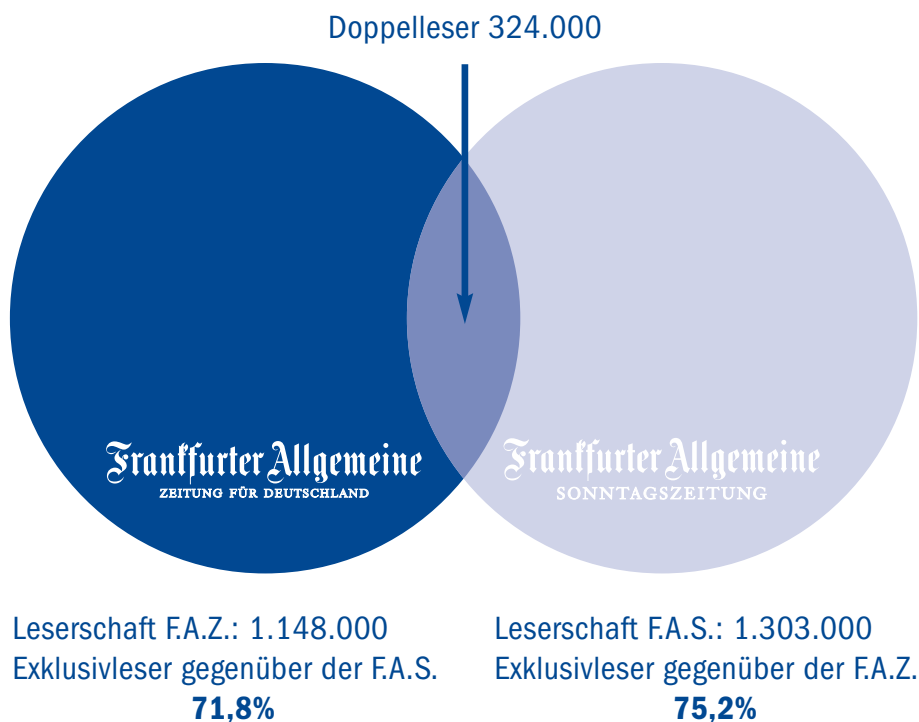
Die intelligente Kombination. Mehr erreichen mit großer Reichweite.

Kombinierte Anzeigenschaltungen in der F.A.Z. und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung wirken besonders effizient. Mit einer Anzeigenkombination erreichen Sie pro Schaltung über zwei Millionen interessierte, interessante und werberelevante Persönlichkeiten.

Zwei Zeitungen, ein ausgezeichnetes Werbeumfeld.

Die Anzeigenkombination spricht sowohl Deutschlands Entscheider aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft als auch hochwertige Consumer-Zielgruppen gezielt an. Nutzen Sie diesen Vorteil.

Mit der F.A.Z./F.A.S.-Kombi erreichen Sie 2,14 Mio. Leser.



Quelle: AWA 2004, Basis 21.257 Fälle = 64,88 Mio.

Impressum

2. Auflage 2004

Datenquellen: AWA 2004, LAE 2003, IVW-Quartalszahlen II/2004

Satz/Gestaltung: KNSK, Hamburg und F.A.Z.-Marketing/Grafik

Druck: Jütte-Messedruck Leipzig GmbH

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Hellerhofstraße 2–4, 60327 Frankfurt am Main

www.faz.net