

FOCUS MONEY

DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN



Starker Motor

Die Automobilindustrie ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor. In Deutschland ist sie ein wichtiger Arbeitgeber. Die Automobilindustrie ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor. In Deutschland ist sie ein wichtiger Arbeitgeber.



DAS EURO JAH

Travailler à l'étranger. Investir à l'étranger. Les avantages de l'investissement à l'étranger.

Ein internationaler Prozess... Die Vorteile der internationalen Expansion. Die Vorteile der internationalen Expansion.



DEPOSITS

Markus... Die Vorteile der internationalen Expansion.

Frank... Die Vorteile der internationalen Expansion.



Hohe Wirtschaftskompetenz für erfolgreiche Strategien

Schönes
Wochen

Table with financial data, including columns for 'Wirtschaftskompetenz' and 'Erfolgreiche Strategien'.

Table with financial data, including columns for 'Wirtschaftskompetenz' and 'Erfolgreiche Strategien'.

Table with financial data, including columns for 'Wirtschaftskompetenz' and 'Erfolgreiche Strategien'.



Erfolgreiche Strategien
Wirtschaftskompetenz



FOCUS-MONEY – Erfolgreich im Markt der Wirtschaftspresse

Das moderne Wirtschaftsmagazin FOCUS-MONEY hat sich im Markt der Wirtschaftspresse etabliert. Mit seiner vielseitigen Themenauswahl, der modernen Optik und dem innovativen journalistischen Stil eroberte FOCUS-MONEY von Anfang an eine hochkarätige Stammleserschaft, zu der die Entscheider und Meinungsbildner in Wirtschaft und Gesellschaft gehören. Das Segment der Wirtschaftsmagazine wurde durch die moderne Erscheinungsart von FOCUS-MONEY neu geprägt.

Innovativ arbeitet man bei FOCUS-MONEY aber nicht nur in der Redaktion, sondern auch im Vertrieb: FOCUS-MONEY wurde für seine Pre-Campaign erstmals ein Echo-Award verliehen. Die Direct Marketing Association USA zeichnete das moderne Wirtschaftsmagazin für die weltweit erste Abonnenten-Kampagne vor Erscheinen einer Zeitschrift aus.

Unsere Broschüre enthält die wichtigsten Daten und Fakten zu FOCUS-MONEY. Informieren Sie sich über das Potenzial der Premium Consumer und nutzen Sie es für Ihre zukünftige Produkt- und Markenkommunikation. Aktuelle Informationen können Sie rund um die Uhr unter www.medialine.de abrufen. Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Thorsten Ebertowski
(Verlagsleiter)



Alexander Kirschner
(Anzeigenleiter)

FOCUS-MONEY – Das moderne Wirtschaftsmagazin

FOCUS-MONEY, seit dem 30. März 2000 auf dem Markt, hat das innovative und erfolgreiche Konzept des Faktenjournalismus von FOCUS für die moderne Wirtschaftsberichterstattung kongenial umgesetzt. Die wirtschaftsinteressierte Info-Elite entscheidet sich Woche für Woche für das vielfältige Themenspektrum des modernen Wirtschaftsmagazins.

Fakten und Hintergründe aus der Wirtschafts- und Finanzwelt

FOCUS-MONEY bringt Fakten aus der Wirtschafts- und Finanzwelt kurz und prägnant auf den Punkt. Die Meinungsbildner und Multiplikatoren aus Wirtschaft und Gesellschaft erhalten durch die moderne Oberfläche einen schnellen Zugang zu allen Informationen aus Wirtschaftspolitik, Geldanlage, Steuern und Unternehmen. Die kompetenten Informationen, Hintergrundanalysen und praktischen Bewertungen des modernen Wirtschaftsmagazins bedeuten für die FOCUS-MONEY-Leser einen hohen Nutzwert, der ihnen ihre täglichen Entscheidungen erleichtert.

FOCUS-MONEY hat sich im hart umkämpften Markt der Wirtschaftspresse erfolgreich als modernes Wirtschaftsmagazin etabliert. In den

Führungsetagen vertrauen die Top-Manager dem Informationsbroker der modernen Gesellschaft. Das innovative Wirtschaftsmagazin besitzt das ideale Umfeld für die werbliche Ansprache einer Top-Zielgruppe, die einkommensstark und beruflich erfolgreich ist.

Ideales Transportmedium für Informationen und Wissen

In der globalen Wirtschaft ist das moderne Wirtschaftsmagazin ein ideales Transportmedium für Informationen und Wissen. FOCUS-MONEY ist prädestiniert, neue Erkenntnisse, Marken und Produkte im Markt sowie in der Gesellschaft bekannt zu machen.

Die Erfolgsmarke FOCUS

Mit der Konzentration auf Fakten ist FOCUS zu einer crossmedialen Marke geworden, die sich erfolgreich in den Bereichen TV und Online fortsetzt. FOCUS-MONEY und FOCUS-MONEY Online, das moderne Nachrichtenmagazin FOCUS, FOCUS TV und FOCUS Online überzeugen die Info-Elite. Die verschiedenen Medienangebote kommen den Bedürfnissen der Nutzer entgegen, die aktuelle Informationen und erklärende Hintergründe aus komplementären Angeboten präferieren.



MONEYINFO

Das innovative Redaktionskonzept überzeugt die Chefs der deutschen Wirtschaft, z. B. Infineon-Chef Dr. Ulrich Schumacher:

„FOCUS-MONEY ist eines der drei Magazine, die ich regelmäßig lese. Optik und übersichtliche Darstellungsweise sprechen mich an.“



Wirtschaftsfakten für Entscheider



Informationen:
Navigator im Dschungel
der Steuergesetze

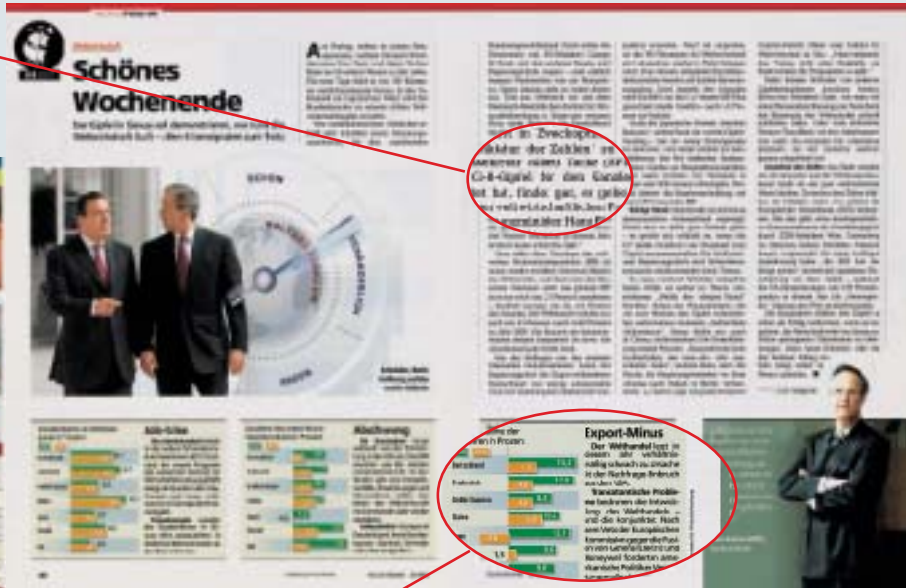
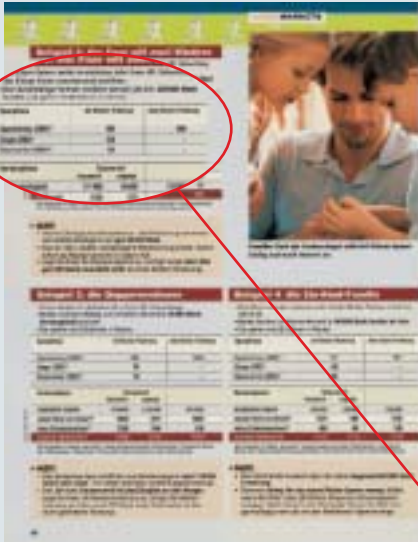


Service:
News to use für
den Beruf



Hintergründe:

Kompetente Analysen zur Finanz- und Wirtschaftspolitik



Übersicht:

Fakten und Hintergründe schnell erfassbar

Umsetzung:

Nutzwertorientierte Analysen



Land	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
USA	12.5	12.8	13.1	13.4	13.7	14.0	14.3	14.6	14.9
China	11.2	11.5	11.8	12.1	12.4	12.7	13.0	13.3	13.6
Japan	10.8	11.1	11.4	11.7	12.0	12.3	12.6	12.9	13.2
EU	9.5	9.8	10.1	10.4	10.7	11.0	11.3	11.6	11.9
BR	8.2	8.5	8.8	9.1	9.4	9.7	10.0	10.3	10.6
FR	7.8	8.1	8.4	8.7	9.0	9.3	9.6	9.9	10.2
DE	6.5	6.8	7.1	7.4	7.7	8.0	8.3	8.6	8.9
UK	5.2	5.5	5.8	6.1	6.4	6.7	7.0	7.3	7.6

1967 bis 1968: 17. Dezember 1967
 1969 bis 1970: Start des Luftverkehrs
 1971 bis 1972: als Dönerkette
 1973 bis 1974: in der Luft
 1975 bis 1976: als Dönerkette
 1977 bis 1978: in der Luft
 1979 bis 1980: als Dönerkette
 1981 bis 1982: in der Luft
 1983 bis 1984: als Dönerkette
 1985 bis 1986: in der Luft
 1987 bis 1988: als Dönerkette
 1989 bis 1990: in der Luft
 1991 bis 1992: als Dönerkette
 1993 bis 1994: in der Luft
 1995 bis 1996: als Dönerkette
 1997 bis 1998: in der Luft
 1999 bis 2000: als Dönerkette
 2001 bis 2002: in der Luft
 2003 bis 2004: als Dönerkette
 2005 bis 2006: in der Luft
 2007 bis 2008: als Dönerkette
 2009 bis 2010: in der Luft
 2011 bis 2012: als Dönerkette
 2013 bis 2014: in der Luft
 2015 bis 2016: als Dönerkette
 2017 bis 2018: in der Luft
 2019 bis 2020: als Dönerkette
 2021 bis 2022: in der Luft

Profile:

Unternehmer, Bankiers, Experten

Bewertungen:

z.B. Zeichnen, Halten und Verkaufen



Der Kanzler und sein Finanzminister

G-7-Meeting

Erfolgreiche Markteinführung im Markt der Wirtschaftsmagazine

In den zurückliegenden ereignisreichen und spannenden Wirtschaftsjahren ist der Markt der Wirtschaftsmagazine durch FOCUS-MONEY überzeugend erweitert worden. Ebenso wie FOCUS seit 1993 kontinuierlich neue Leserschaften für den Markt der Nachrichtenmagazine erschließen konnte, hat FOCUS-MONEY das vom Start weg im Markt der Wirtschaftsmagazine geleistet.

Überzeugende Leistungswerte bestätigen FOCUS-MONEY

Auf Antrieb konnte sich das moderne Wirtschaftsmagazin in dem schwierigen Segment der Wirtschaftspresse behaupten und damit die anderen Neueinführungen der vergangenen Jahre deutlich hinter sich lassen. Nur wenige tausend Leser trennen FOCUS-MONEY von der seit Jahren erfolgreich im Markt der Wirtschaftsmagazine vertretenen Wirtschaftswoche.

Mit einer kontinuierlich verkauften Auflage von nahezu 140.000 Exemplaren (IVW) etabliert sich FOCUS-MONEY im hart umkämpften Markt der Wirtschaftsmagazine. Durch die breit gefächerte Berichterstattung über alle Aspekte des Wirtschaftslebens besitzt FOCUS-MONEY dabei von Beginn

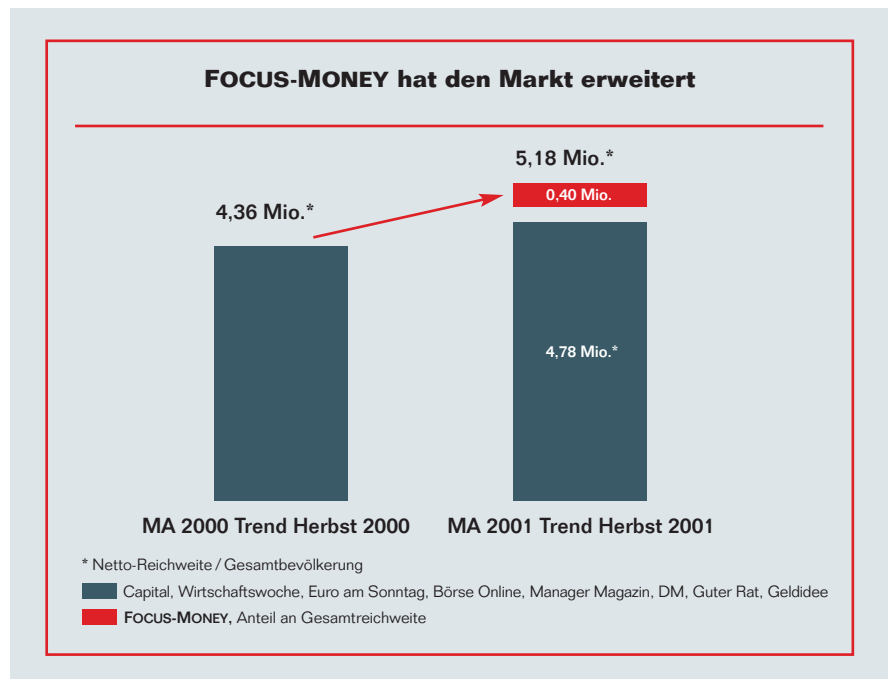
an ein größeres Themenspektrum als die mehr monothematisch ausgerichteten Wirtschaftstitel Euro am Sonntag und Börse Online.

FOCUS-BlueChip-Kombi überzeugt

Das finanzstarke Leserpotenzial der jungen Pragmatiker sprechen werbungstreibende Unternehmen mit Anzeigen in FOCUS-MONEY an. Die zukunftsorientierten, erfolgreichen Ge-

stalter in Wirtschaft und Gesellschaft entscheiden sich Woche für Woche für die innovative und nutzwertorientierte Berichterstattung des modernen Wirtschaftsmagazins.

FOCUS-MONEY positioniert sich mit seiner hohen Planungsökonomie (günstiger TKP bei gleichzeitig hoher Reichweite) als ein wichtiger Werbeträger für effektive Marketing- und Mediastategien.



Die attraktive FOCUS-BlueChip-Kombi (gleichzeitige Belegung von FOCUS-MONEY und dem modernen Nachrichtenmagazin FOCUS) verbindet zwei journalistisch hochwertige Printprodukte mit Imagestärke. Für eine erfolgreiche und planungsökonomische Marken- und Produktkommunikation mit der wirtschaftsinteressierten Info-Elite bietet sich eine Anzeigenplatzierung in der FOCUS-BlueChip-Kombi an.

Das dynamische Wirtschaftsmagazin

Laut der ersten verlagseigenen Käuferbefragung profiliert sich FOCUS-MONEY als ein innovatives, dynamisches, marktorientiertes und kompetentes Wirtschaftsmagazin und bietet damit ein optimales Umfeld für erfolgreiche Marketing- und Mediastrategien in Finanz- und anspruchsvollen Konsummärkten.

(Quelle: FOCUS-MONEY, Käufer-Befragung im Mai 2001)

MONEYFAKTEN

Auf Anhieb auf Erfolgskurs



MA 2002 Pressemedien I:

550.000 Leser pro Ausgabe
0,9 % Reichweite



IVW 2001:

ca. 140.000 Käufer
pro Ausgabe

LAE 2001

LAE 2001:

87.000
Entscheider-Leser

Aktuelle Leserschafts- und Auflagenanalysen entnehmen Sie den beiliegenden Datenblättern oder finden Sie unter www.medialine.de.

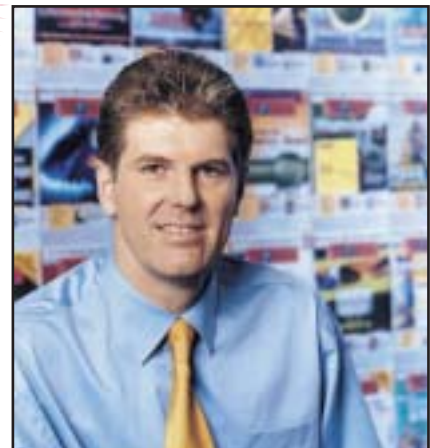
Kompetenz für Wirtschaftsfakten

MONEYINFO

Frank Pöpsel

absolvierte nach seinem Studium der Volkswirtschaft eine journalistische Ausbildung am Münchner Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses. Nach sechs Jahren als Geld- und Börsenredakteur für „Capital“ wechselte er 1996 zum Nachrichtenmagazin FOCUS.

Seit April 2000 ist der heute 38-Jährige Chefredakteur von FOCUS-MONEY. Er leitet ein hochmotiviertes Team, das Woche für Woche kompetente Wirtschaftsfakten liefert.



Frank Pöpsel – Chefredakteur



Jürgen Schrempp/DaimlerChrysler



Steve Jobs/Apple Computers



Rolf E. Breuer/Deutsche Bank

Meinungsbildner schätzen innovativen Journalismusstil

FOCUS-MONEY erzielt in der Leseranalyse Entscheidungsträger 2003 (LAE) mit einer Reichweite von 2,8% ein ausgezeichnetes Ergebnis. 62.000 Meinungsbildner und Multiplikatoren aus den Top-Etagen der deutschen Wirtschaft setzen Woche für Woche auf den faktenorientierten und innovativen Journalismus von FOCUS-MONEY.

Der Navigator durch die Wirtschaftswelt

Die LAE bestätigt das enorme Leserpotenzial des modernen Wirtschaftsmagazins. FOCUS-MONEY wird von den jungen Zukunftsgestaltern der Wirtschaft gelesen. Sie zählen zur wirtschaftsinteressierten Info-Elite, den Entscheidern und Top-Managern der modernen Gesellschaft. Sie sind mehrheitlich freiberuflich tätig und erwarten von FOCUS-MONEY Informationen, wie die Medienmarke FOCUS sie bietet: seriös, kompetent und schneller auf den Punkt. Sie nutzen das moderne Wirtschaftsmagazin als Navigator durch die sich wandelnde Wirtschafts- und Finanzwelt.

Im Vergleich zu FOCUS-MONEY überzeugt die Wirtschaftswoche die Freiberufler nur bedingt. Ihre Leser finden sich eher unter den Angestellten,



die in der Regel fest in hierarchische Unternehmensstrukturen eingebunden sind.

Eine neue Kommunikationskultur entsteht

Die neuen einkommensstarken Selbstständigen haben eine eigene Kommunikationskultur entstehen lassen, die ihrem spezifischen Informationsanspruch gerecht wird. Die Medien des Computerzeitalters werden in innovative Organisationsformen und Kommunikationsnetzwerke integriert. Freiberufler sind die Multiplikatoren in der modernen Gesellschaft. Sie besitzen eine hohe Affinität zu FOCUS-MONEY und sind eine attraktive Top-Zielgruppe für Finanz- und gehobene Konsummärkte.

FOCUS-MONEY besitzt eine vielseitig interessierte Leserschaft

FOCUS-MONEY-Leser sind aktive Gestalter unserer Wirtschaft und Gesellschaft. In Gesprächsrunden übernehmen sie oft den Führungspart. Ihre offene Einstellung zu Veränderungen innerhalb der Gesellschaft erleichtert ihnen die Kommunikation mit anderen. Um selbst bei der Gestaltung der Gesellschaft mitzuwirken, erweitern FOCUS-MONEY-Leser permanent ihren Wissenshorizont. Werbungtreibende treffen hier auf Leser, die aktiv Werbung zur Informationsgewinnung suchen.

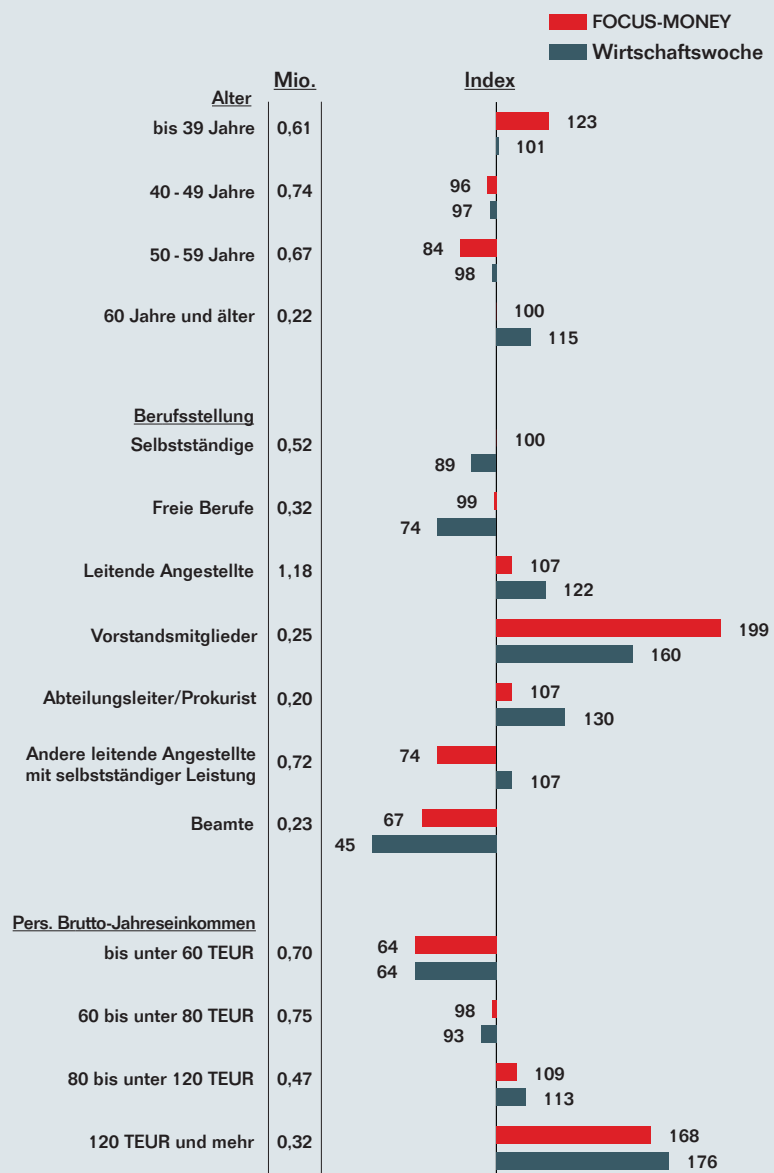
Die vielseitig interessierte Leserschaft stellt für Werbungtreibende aller wichtigen Basis- und Zukunftsmärkte ein Top-Potenzial dar. Ganz oben bei den Produktinteressen stehen für die FOCUS-MONEY-Leser Aktien- und Wertpapierinformationen und allgemeine Finanzdienstleistungen. Auch Immobilien- und Versicherungsgesellschaften können für ihre Anzeigen mit einer interessierten Leserschaft rechnen. Ihre große Technikaffinität zeigen sie in den starken Produktinteressen Digitales Fernsehen, Videokameras und Fotoapparate.

MONEYFAKTEN

FOCUS-MONEY ist mit einem TKP von 201 EUR ein ökonomischer Basistitel in der kommunikationsstrategisch entscheidenden Zielgruppe der Meinungsbildner und Multiplikatoren der deutschen Wirtschaft.

Basis: 1/1 S. 4c ang.; Preise 2004 brutto
Quelle: LAE 2003

Leserschaftsstruktur: FOCUS-MONEY/ Wirtschaftswoche



Index: Grundgesamtheit = 100
Quelle: LAE 2003



Content-Analyse bestätigt hohe wirtschaftliche Kompetenz

FOCUS-MONEY hat sich von Beginn an mit einem breiten Themenspektrum aus Wirtschaftspolitik, Geldanlage, Steuern und Unternehmen im Markt positioniert und damit eine attraktive Zielgruppe überzeugt.

Die Contentanalyse im Auftrag der Zeitschrift Geldidee bestätigt FOCUS-MONEY als modernes Wirtschaftsmagazin. Wieder gehört FOCUS-MONEY zu den drei Wirtschaftsmagazinen, die die meisten Beiträge über das Thema veröffentlichen, das ausnahmslos alle Bundesbürger interessiert: Steuern. Das redaktionelle Konzept von FOCUS-MONEY folgt den Interessen der wirtschaftsinteressierten Info-Elite und sichert dem modernen Wirtschaftsmagazin eine führende Position in der Wirtschaftspresse.

MONEYINFO

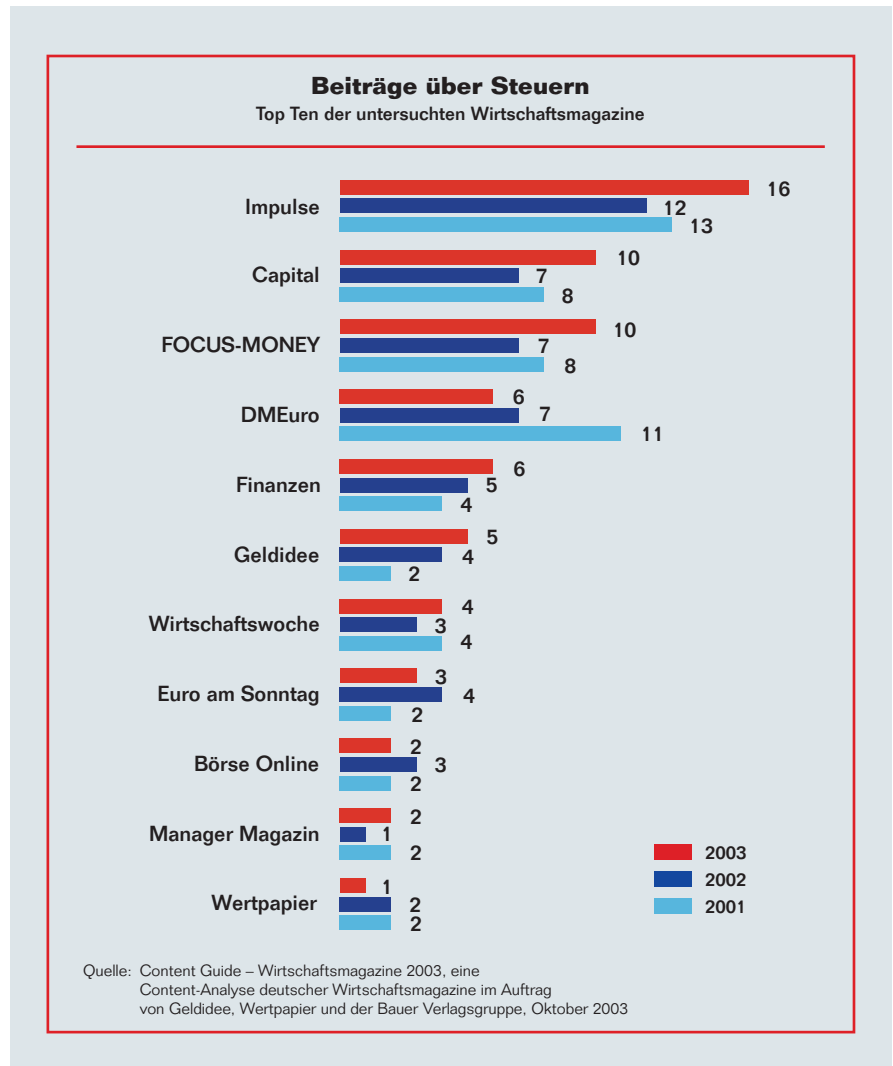
Untersuchungs-Steckbrief:

- 11 Publikumszeitschriften aus dem Segment der Wirtschaftspresse
- jeweils 5 Ausgaben der Monate März bis Juli 2003

Die untersuchten Titel:

- wöchentliche Titel: Börse Online, Wirtschaftswoche, Euro am Sonntag, FOCUS-MONEY
- vierzehn-tägliche Titel: Capital, Geldidee, Wertpapier
- monatliche Titel: DMEuro, Finanzen, Impulse, Manager Magazin

insgesamt untersucht: 4.007 redaktionelle Beiträge





MediaLine – Ihr persönlicher Informationsmanager

Durch professionelles Wissensmanagement werden in der täglichen Informationsflut Fakten ausgewählt und neues Wissen generiert. Die FOCUS MediaLine hilft dabei. Sie setzt das redaktionelle FOCUS Konzept der 'News to use' konsequent mit 'Know-how to use' für Entscheider im B2B-Bereich um. Das umfangreiche Fakten-Network der FOCUS MediaLine bietet alle Online-Tools für erfolgreiche Marketing- und Mediastrategien – von Basisinformationen und Planungsinstrumenten bis hin zu Bausteinen für kreative Kampagnen:

Fakten

Informationen über alle wichtigen Markt-/Mediastudien, Interessantes zu diversen Branchen und ausführliche Marktanalysen. Darüber hinaus finden Sie hier das neue Medialexikon, eine Zeitschriften-Datenbank sowie viele weitere Fakten für Ihre erfolgreichen Strategien.

Communication Networks

Dieses moderne Planungsinstrument stellt das Kommunikationsverhalten als Zielgruppenkriterium in den Mittelpunkt. Hier finden Sie alle Ergebnisse, die Guided Tour, Fallbeispiele und den Codeplan zum Download.



www.medialine.de

FOCUS und FOCUS-MONEY

Alle wichtigen Daten und Fakten zu den beiden erfolgreichen Printmedien aus dem FOCUS Magazin Verlag. Neben objektbezogenen Informationen gibt es hier auch Vergleiche zum Mitbewerberumfeld.

Kreation

Konkurrenzbeobachtung pur: Kreative können in der Anzeigen- und Bannerdatenbank die Kreationen der Mitbewerber anschauen. Hier finden sie einen Überblick über die wichtigsten Kreativwettbewerbe des Jahres. So wissen sie immer, wo sie ihre neuesten Kampagnen präsentieren und dafür große Preise erhalten können.

FOCUS Familie

Das Konzept der mediengerechten Organisation von Informationen macht die crossmediale Medienmarke FOCUS zum Erfolg. Hier erfahren Sie alles über die Idee, die hinter dem Erfolg steckt.



Sie erhalten einen Überblick über die bisher gewonnenen Auszeichnungen und lernen die Top-Angebote des Online-Vermarkters TOMORROW FOCUS AG kennen.

Facts

Für unsere internationalen Geschäftspartner bieten wir in der MediaLine umfangreiche Daten und Fakten in englischer Sprache.

Services von FOCUS-MONEY

Folgende Informationsmaterialien zu FOCUS-MONEY stehen unter www.medialine.de zum Download bereit. Sie können sie natürlich auch direkt telefonisch bestellen: 0 89/92 50-24 39

-  FOCUS-MONEY: Der Mittelstand
-  FOCUS-MONEY: Geldanlagen
-  FOCUS-MONEY: Wirtschaftsfakten für Entscheider / LAE
-  FOCUS-MONEY: Auf Anhieb auf Erfolgskurs / MA
-  Sharebranding – Kommunikation im Kapitalmarkt
-  Sharebranding – Neue Ansätze und Instrumente der Investor Relations
-  FOCUS-MONEY: Top-Ergebnisse für modernen Wirtschaftsjournalismus
-  Anzeigenpreisliste deutsch, englisch, französisch, italienisch
-  Ad Specials in FOCUS-MONEY
-  Communication Networks 7.0 Codeplan Fallbeispiele Guided Tour
-  Themen-Specials
-  FOCUS-MONEY Datenblätter (MA, AWA, IVW)



Goldman Sachs Deutschland-Chef Alexander Dibelius stellt sich den Fragen der FOCUS-MONEY-Redakteure Andreas Haslauer (links) und Christian Bieker (Mitte)



Der Präsident der Europäischen Kommission Romano Prodi im Gespräch mit FOCUS-MONEY Redakteur Harald Schultz



Warren Buffet, erfolgreichster US-Investor des 20. Jahrhunderts und Chef von Berkshire Hathaway, verrät FOCUS-MONEY Redakteur Christian Bieker seine Erfolgsgeheimnisse



Premiere-Chef Dr. Georg Kofler (rechts) im Gespräch mit FOCUS-MONEY-Redakteur Christian Bieker (links)



Klaus Zumwinkel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen PostWorld Net, spricht mit FOCUS-MONEY Redakteur Markus Voss über die Chancen des Logistik-Konzerns



Gottfried Heller, Münchner Vermögensverwalter, Geschäftsführender Gesellschafter Fiduka und Manager des Pro Fonds Emerging Markets im Interview mit FOCUS-MONEY-Redakteuren J. Heinritzi (links) und U. Kühn (mitte)



Unternehmen des Jahres 2002 / Gala der Sieger: v.l.n.r.: Moderator Andreas Scholz, Prof. Dr. Ulrich Lehner, Vorsitzender der Geschäftsführung Henkel KGaA, Frank Pöpsel, Chefredakteur FOCUS-MONEY



Puma-Vorstandsvorsitzender Jochen Zeitz (links) spricht mit FOCUS-MONEY-Redakteur Andreas Haslauer (rechts) über den Erfolg der Kultmarke.



Der Präsident des FC Bayern München, Franz Beckenbauer, empfängt die FOCUS-MONEY Redakteure Thorsten Jacobs und Christian Bieker



Peter Lynch, erfolgreichster Fondsmanager der Welt, erläutert FOCUS-MONEY Redakteur Christian Bieker in Boston seine Anlagestrategien



Heftkritik in der Redaktion von FOCUS-MONEY mit dem Infineon Vorstandsvorsitzenden Ulrich Schumacher, links Chefredakteur Frank Pöpsel



Der Bundesliga-Manager Nummer 1, Uli Hoeneß, stellt sich kurz vor seinem 50. Geburtstag den Fragen von FOCUS-MONEY Redakteur Thorsten Jacobs

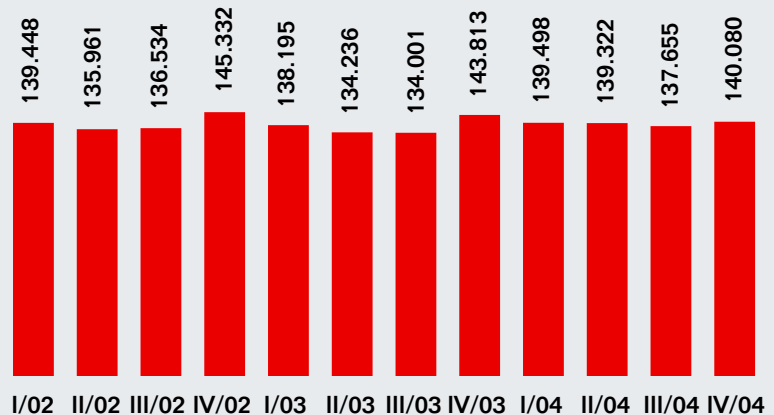
Fundierte Wirtschaftsfakten für Erfolgsstrategien



FOCUS-MONEY bietet Planungssicherheit

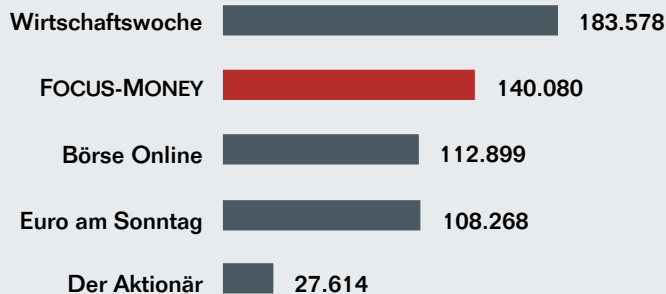
Im Segment der wöchentlichen Wirtschaftstitel überzeugt FOCUS-MONEY mit einer hohen Auflagenstabilität. Im vierten Quartal 2004 verkaufte das moderne Wirtschaftsmagazin 140.080 Exemplare: Redaktionelle Qualität und ein breites Themenspektrum führen zu einer hohen Käuferbindung.

Entwicklung verkaufte Auflage FOCUS-MONEY



Quelle: IVW

Verkaufte Auflage* IVW IV/2004



* Wöchentliche Wirtschaftstitel
Quelle: IVW IV/2004



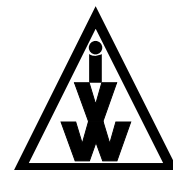
FOCUS-MONEY direkt hinter Wirtschaftswoche

Mit 140.080 Exemplaren positioniert sich FOCUS-MONEY an zweiter Stelle hinter der etablierten Wirtschaftswoche. Qualität von Konzept und Zielgruppe sowie die ausgezeichnete Planungsökonomie von FOCUS-MONEY schaffen optimale Voraussetzungen für effiziente Marketing- und Mediastrategien.



FOCUS-MONEY IVW-Zahlen IV/2004

Druckauflage	177.474
Verbreitete Auflage	142.478
Verkaufte Auflage	140.080
Abonnenten	43.711
Einzelverkauf	10.887
Lesezirkel	25.177
Bordexemplare	58.506
Sonstiger Verkauf	1.799



FOCUS-MONEY: Erfolgsbilanz für Wirtschaftsfakten

MA 2005 Pressemedien I

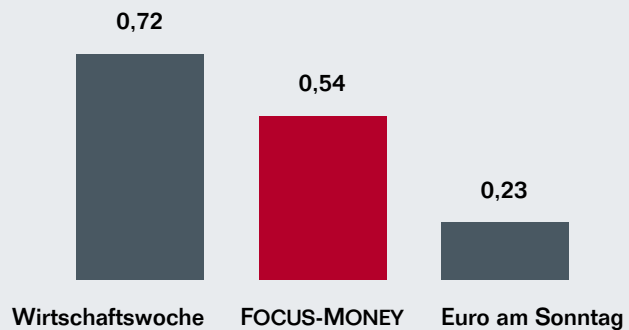


Wachstumsstärke im hart umkämpften Markt

FOCUS-MONEY baut mit 540.000 Lesern seinen unangefochtenen zweiten Platz unter den wöchentlichen Wirtschaftstiteln weiter aus. Das moderne Wirtschaftsmagazin konnte seine Reichweite als einziger Titel im Segment deutlich steigern.

Reichweite LpA Wirtschaftspresse

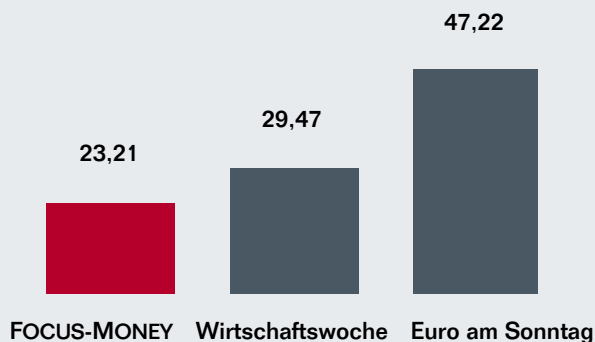
Reichweite in Mio.



Basis: Wöchentliche Titel
Quelle: MA 2005/I Gesamtbevölkerung

Wirtschaftlichkeit Wirtschaftspresse

TKP in Euro



Basis: 1/1 S. 4c ang.; Preise 2005 brutto / wöchentliche Titel
Quelle: MA 2005/I Gesamtbevölkerung

Wirtschaftlichster Titel im Wettbewerb

FOCUS-MONEY überzeugt im Mitbewerberumfeld durch die beste Planungsökonomie. Mit einem TKP von 23,21 Euro bietet das moderne Wirtschaftsmagazin ausgezeichnete Bedingungen für effiziente Kampagnen.



FOCUS-MONEY in der MA 2005 Pressemedien I

Reichweite in % und absolut
 Struktur in % und Struktur-Index (Gesamtbevölkerung = 100)
 TKP auf Basis 1/1 S. 4c; Preise 2005 brutto
 * gerundet

Soziodemographie	Reichweite LpA		Struktur		TKP/Euro Basis 1/1 S. 4c brutto 2005
	in %	absolut*	in %	Index Ges. = 100	
Total	0,8	538.621	100	100	23,21
Geschlecht					
Männer	1,4	442.504	82	172	28,25
Frauen	0,3	96.118	18	34	130,05
Alter					
14 - 19 Jahre	0,4	22.175	4	53	563,71
20 - 49 Jahre	0,9	69.071	13	109	180,97
30 - 39 Jahre	1,0	117.216	22	123	106,64
40 - 49 Jahre	1,3	147.350	27	155	84,83
50 - 59 Jahre	1,1	105.972	20	136	117,96
60 - 69 Jahre	0,6	61.461	11	71	203,38
70 Jahre und älter	0,2	15.376	3	19	812,93
Ausbildung					
allgemeinbildende Schule	0,4	12.850	2	42	972,75
Volks-/Hauptschule ohne Lehre	0,2	10.659	2	20	1.172,74
Volks-/Hauptschule mit Lehre	0,5	115.297	21	60	108,42
weiterführende Schule ohne Abitur	1,0	206.814	38	118	60,44
Fach-/Hochschulreife, ohne Studium	1,6	73.017	14	193	171,19
Fach-/Hochschulreife, mit Studium	2,1	119.985	22	246	104,18
Tätigkeit					
in Ausbildung, Schüler, Student	0,6	41.493	8	75	301,25
berufstätig	1,2	417.559	78	150	29,94
Rentner, Pensionär	0,4	68.834	13	44	181,60
nicht berufstätig	0,2	10.736	2	22	1.164,34
Jetziger Beruf des Befragten					
Selbstständige, Freie	2,1	69.638	13	249	179,50
leitende Angestellte und Beamte	3,2	59.166	11	385	211,27
sonstige Angestellte und Beamte	1,1	192.109	36	131	65,07
Facharbeiter	1,1	79.824	15	138	156,59
sonstige Arbeiter	0,4	16.174	3	53	772,85
Haushalts-Netto-Einkommen (Monat)					
bis unter 1.000 Euro	0,4	26.022	5	44	480,36
1.000 bis unter 1.500 Euro	0,5	58.341	11	57	214,26
1.500 bis unter 2.000 Euro	0,6	79.881	15	69	156,48
2.000 bis unter 2.500 Euro	1,0	131.559	24	122	95,01
2.500 Euro und mehr	1,3	242.818	45	160	51,48
Persönliches Nettoeinkommen					
bis unter 1.000 Euro	0,4	103.779	19	49	120,45
1.000 bis unter 1.500 Euro	0,7	121.129	22	88	103,20
1.500 bis unter 2.000 Euro	1,5	123.260	23	185	101,41
2.000 bis unter 2.500 Euro	2,6	90.665	17	314	137,87
2.500 bis unter 3.000 Euro	3,4	37.753	7	405	331,10
3.000 Euro und mehr	2,9	39.799	7	348	314,08
Region					
BRD West, Berlin-West, Berlin-Zentrum	0,9	441.279	82	102	28,33
BRD Ost und Berlin-Ost	0,8	97.343	18	90	128,41

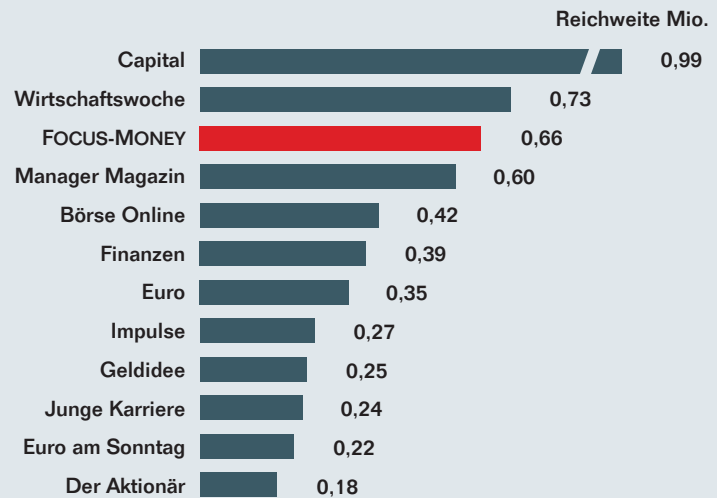
FOCUS-MONEY: Reichweitenstark und planungsökonomisch



FOCUS-MONEY überzeugt

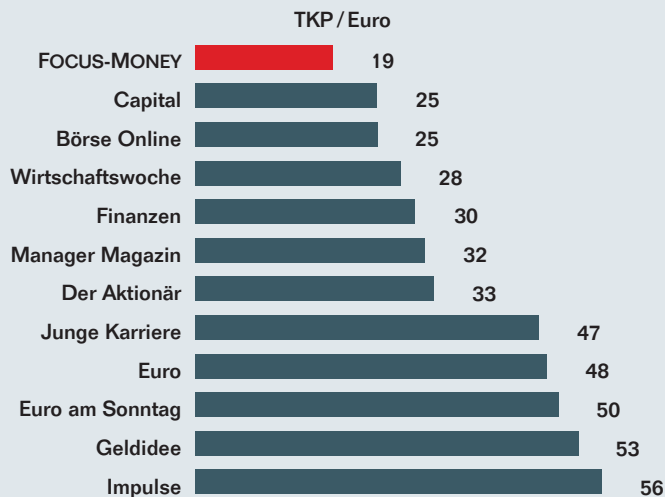
Mit einer Reichweite von 660.000 Lesern laut AWA 2004 positioniert sich FOCUS-MONEY deutlich auf Platz 2 bei den wöchentlichen Wirtschaftsmagazinen. Lediglich die Wirtschaftswoche erzielt eine höhere Reichweite. Damit ist das moderne Konzept der Wirtschaftsfakten im Markt erfolgreich.

Reichweite LpA / Wirtschaftspresse



Quelle: AWA 2004/Gesamtbevölkerung (ausgewählte Titel)

Wirtschaftlichkeit / Wirtschaftspresse



Basis: Zeitschriften 1/1 S. 4c ang., Zeitungen 1/2 S. 4c, Preise 2004 brutto
Quelle: AWA 2004/Gesamtbevölkerung (ausgewählte Titel)

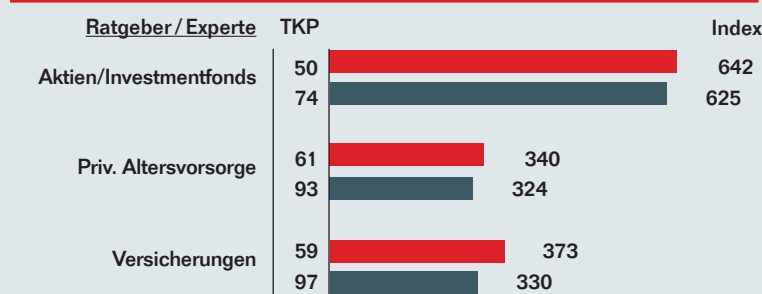


Hohe Planungsökonomie

Mit einem TKP von 19 Euro überzeugt das moderne Wirtschaftsmagazin im Wettbewerbsumfeld aller wöchentlichen Wirtschaftstitel durch die beste Planungsökonomie.



Finanzexperten



Basis: Zeitschriften 1/1 S. 4c ang., Zeitungen 1/2 S. 4c, Preise 2004 brutto
 Index: Gesamtbevölkerung = 100
 Quelle: AWA 2004

■ FOCUS-MONEY ■ Wirtschaftswoche

Top-Zielgruppe Finanzen

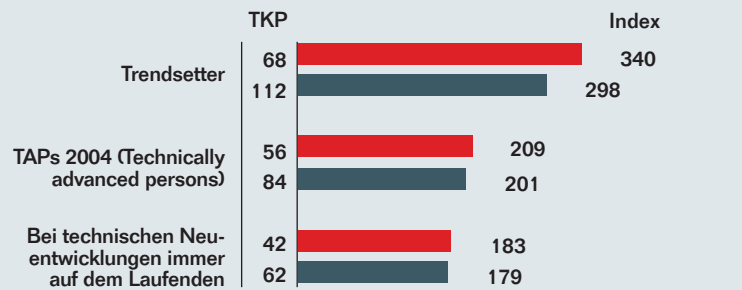
Die Leser von FOCUS-MONEY sind überdurchschnittlich stark an Finanzthemen wie Aktien, Investmentfonds oder privater Altersvorsorge interessiert. Zu diesen Bereichen zeigen die FOCUS-MONEY-Leser höhere Affinitäten als die Leser der Wirtschaftswoche. Werbungtreibende erreichen dieses Top-Potenzial mit FOCUS-MONEY deutlich ökonomischer.



Meinungsbildner

FOCUS-MONEY-Leser haben im beruflichen und privaten Umfeld eine Multiplikatorenfunktion. Sie sind zukunftsorientiert und anderen häufig einen Schritt voraus. FOCUS-MONEY ist der wirtschaftliche Weg zu ihnen.

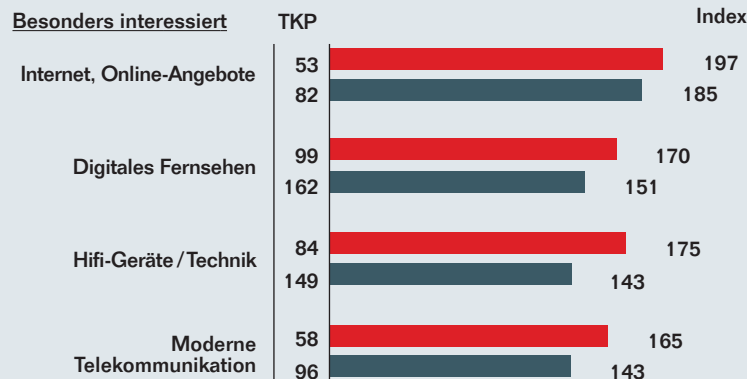
Innovatoren



Basis: Zeitschriften 1/1 S. 4c ang., Zeitungen 1/2 S. 4c, Preise 2004 brutto
 Index: Gesamtbevölkerung = 100
 Quelle: AWA 2004

■ FOCUS-MONEY ■ Wirtschaftswoche

Hohe Technik-Affinität



Basis: Zeitschriften 1/1 S. 4c ang., Zeitungen 1/2 S. 4c, Preise 2004 brutto
 Index: Gesamtbevölkerung = 100
 Quelle: AWA 2004

■ FOCUS-MONEY ■ Wirtschaftswoche



Technikaffine Leser

FOCUS-MONEY-Leser wollen in Sachen Technik immer auf dem neuesten Stand bleiben. Für Anbieter in diesem Markt ist FOCUS-MONEY ein zielgruppenadäquates und wirtschaftliches Basismedium.