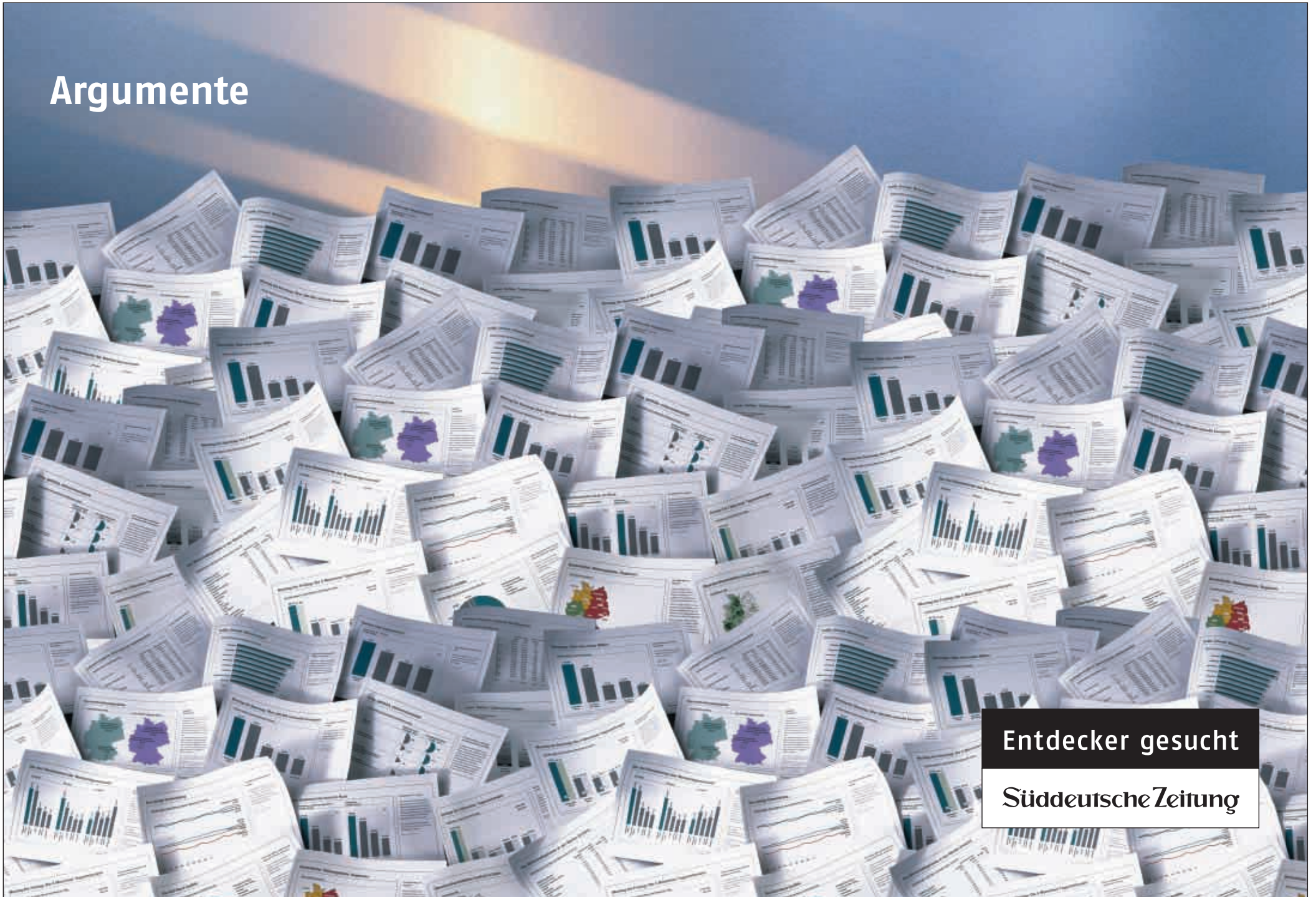


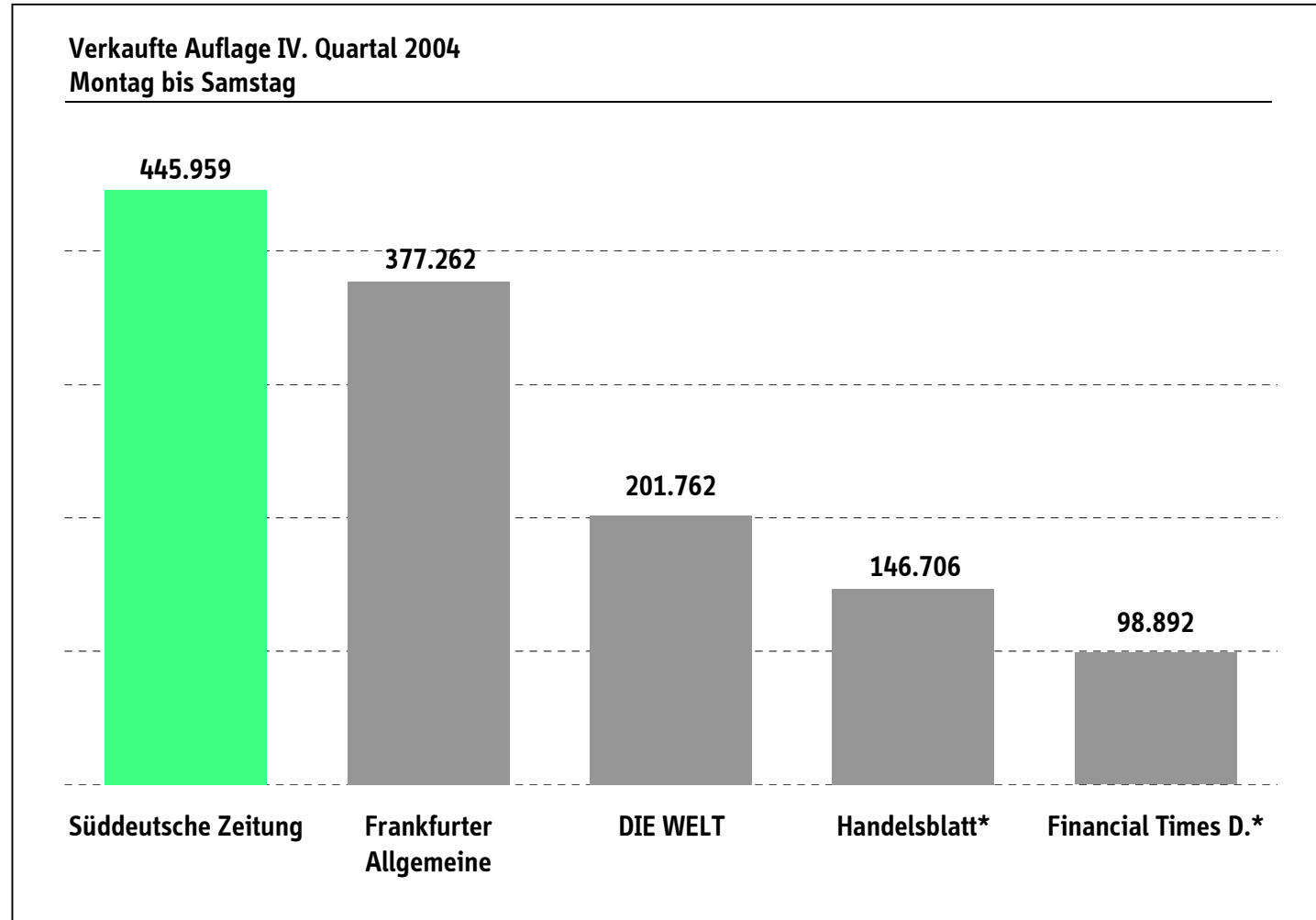
Argumente



Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Über 440.000 verkaufte Exemplare



Eine Auflage, die sich sehen lassen kann

Wie schon in den Jahren zuvor konnte die Süddeutsche Zeitung auch im IV. Quartal 2004 wieder eine herausragende Auflagenposition melden.

* Montag bis Freitag

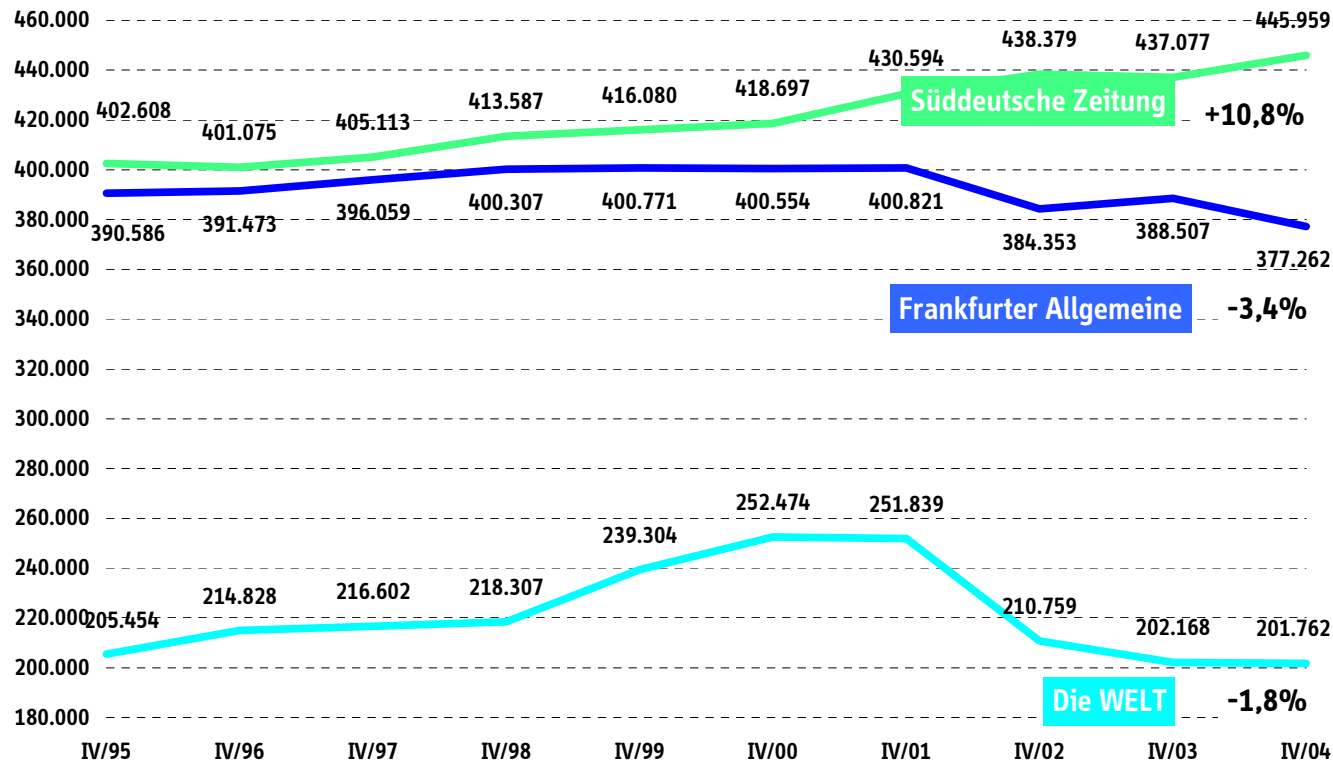
Quelle: IVW Auflagenliste IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Ein Vorsprung von mehr als 60.000 verkauften Exemplaren

Verkaufte Auflage IV. Quartal Montag-Samstag (IVW) 1995 bis 2004



SZ – eine der erfolgreichsten Zeitungen der letzten 10 Jahre

Die Süddeutsche Zeitung hat im vierten Quartal 2004 einen historischen Auflagen-Höchststand erreicht und ihre Spitzenposition auf dem Markt der überregionalen Abonnement-Tageszeitungen weiter ausgebaut. Damit bestätigt sie erneut die Aussage der am 29.7.2004 veröffentlichten Studie des internationalen Zeitungsverbands World Association of Newspapers (WAN), wonach die SZ weltweit zu den Aufлагengewinnern zählt und damit im internationalen Vergleich eine der erfolgreichsten Zeitungen der letzten 10 Jahre ist. WAN repräsentiert 18.000 Zeitungen aus über 100 Ländern.

Quelle: IVW Auflagenlisten IV/1995 - IV/2004

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Über 1 Million Leser täglich

Bevölkerung ab 14 Jahre
64,72 Mio. Personen

1.150.000 Leser



900.000 Leser



590.000 Leser



510.000 Leser



240.000 Leser



Die Süddeutsche an der Spitze

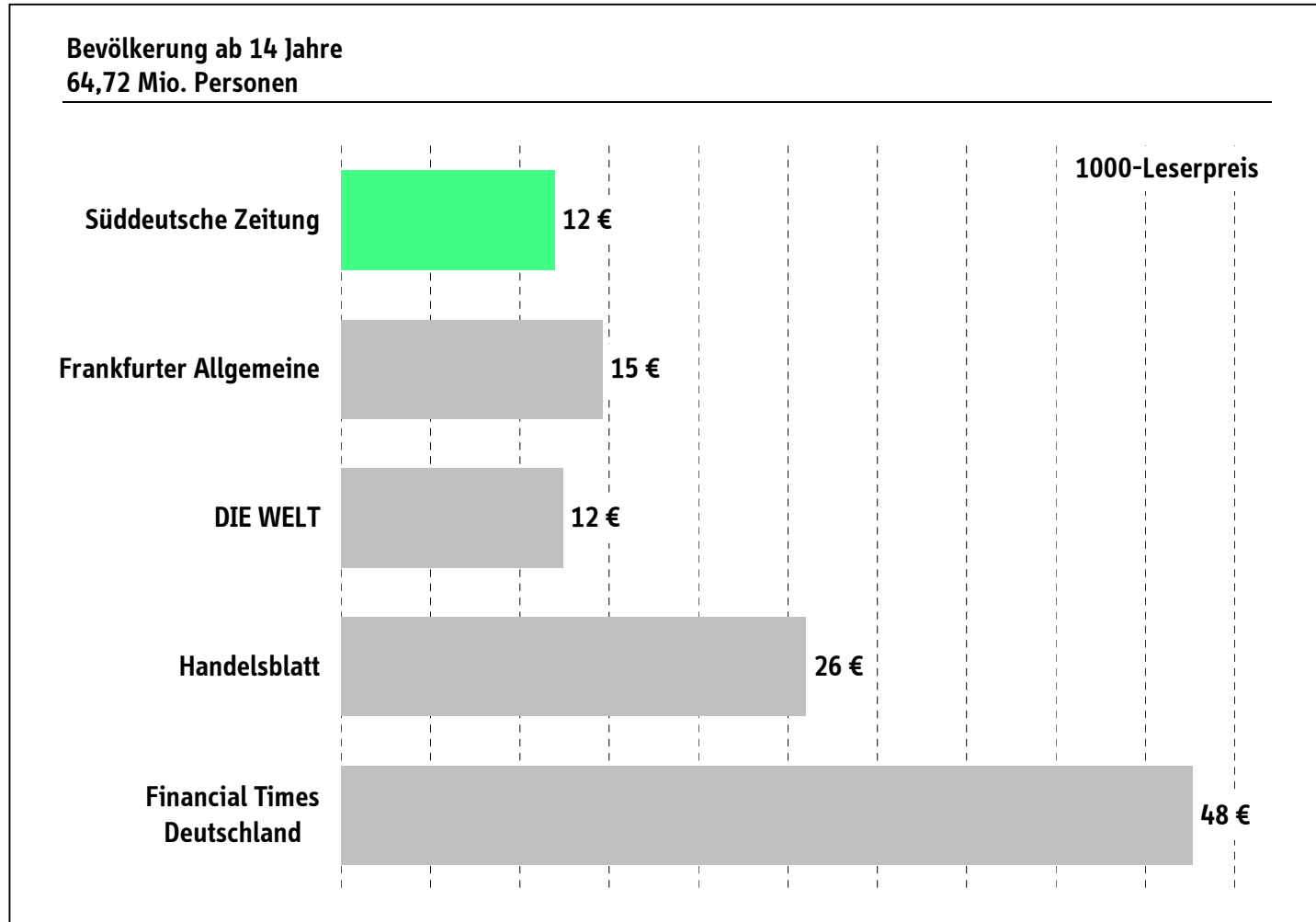
Seit 1989 führt die Süddeutsche Zeitung in der Media-Analyse die Gattung der überregionalen Abo-Tageszeitungen mit über einer Million Leser an.

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Preis-Leistungs-Vergleich



Wirtschaftliche Mediaplanung

Mit einer Anzeige in der Süddeutschen Zeitung (u. g. Format) haben Sie die Chance, 1.000 Leser für rund 12 Euro zu erreichen.

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

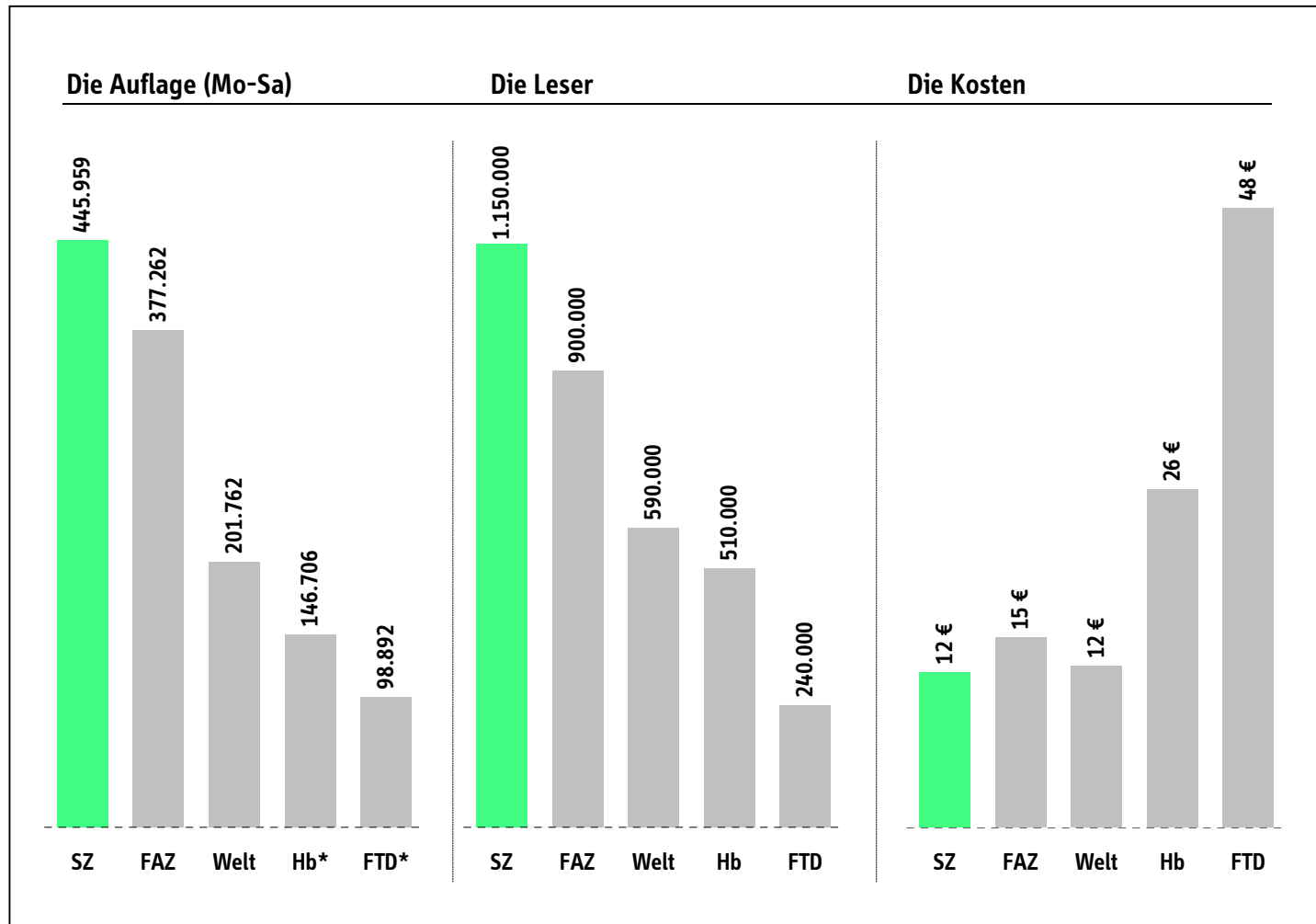
Formate und Preise: 1.056mm (¼ Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Die drei Dimensionen der Werbeträgerauswahl



Die Süddeutsche Zeitung: Leistungsstark und wirtschaftlich

Die Süddeutsche Zeitung weist laut IVW im IV. Quartal 2004 eine verkaufte Auflage von durchschnittlich 445.959 Exemplaren pro Tag (Mo-Sa) aus.

Über die Süddeutsche können Sie im Schnitt 1.150.000 Leser pro Ausgabe erreichen. Mit einem 1000-Leserpreis von nur rund 12 Euro bei u. g. Format bietet die Süddeutsche günstige Voraussetzungen für Ihre Kosten-Nutzen-Kalkulation.

Drei Argumente mehr für die Süddeutsche Zeitung!
Sie verhilft Ihrem Mediaplan zu einer deutlichen Effizienz-Steigerung.

* Montag bis Freitag

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

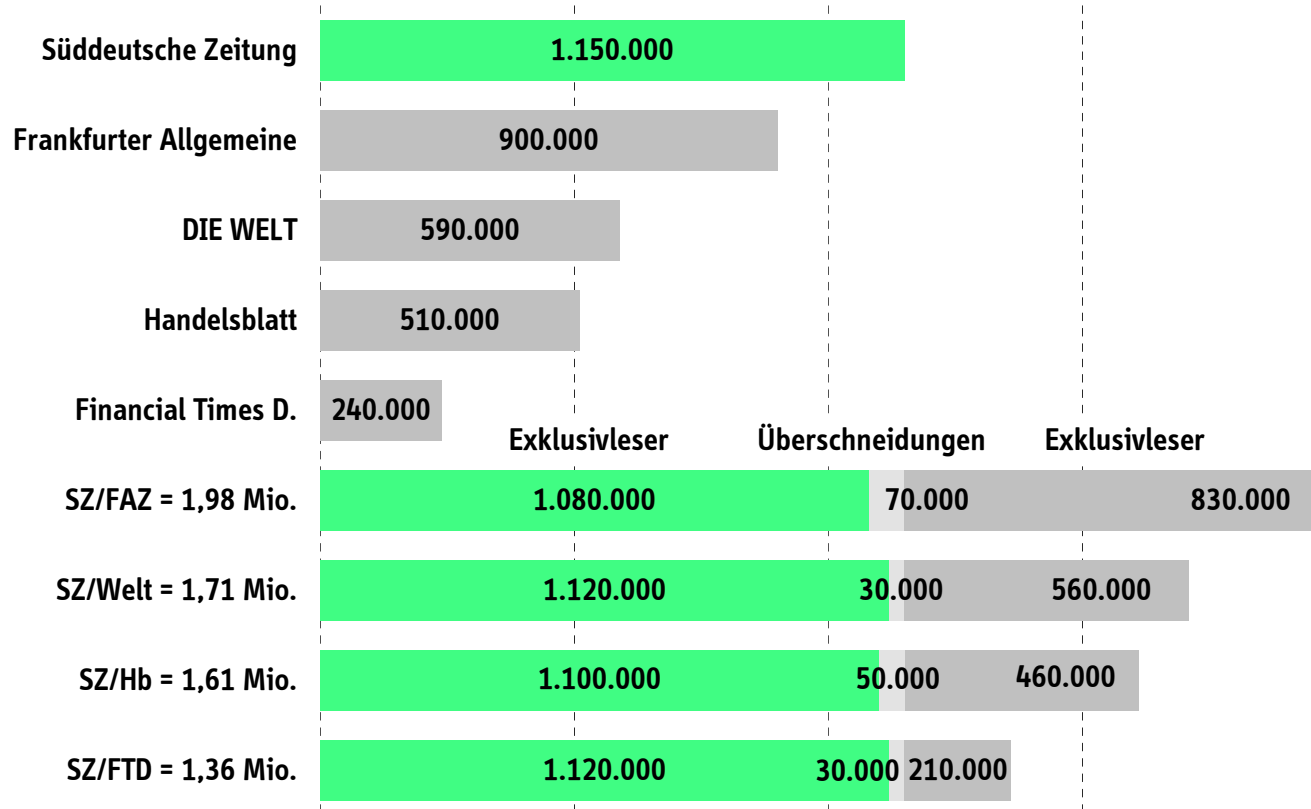
Quellen: IVW Auflagenliste IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005
Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Hohe Exklusivleseranteile

Bevölkerung ab 14 Jahre
64,72 Mio. Personen



Geringe Leserschaftsüberschneidungen bedeuten hohe Exklusivleseranteile

Nehmen wir die fünf hier gezeigten überregionalen Abonnement-Tages- und Wirtschaftszeitungen als Beispiel, wird schnell deutlich, dass die Leser dieser Mediengattung nicht mit nur einem einzigen Titel erreicht werden können. Wegen der geringen Anzahl an Doppellern (Überschneidungen) addieren sich die Leserschaften nahezu.

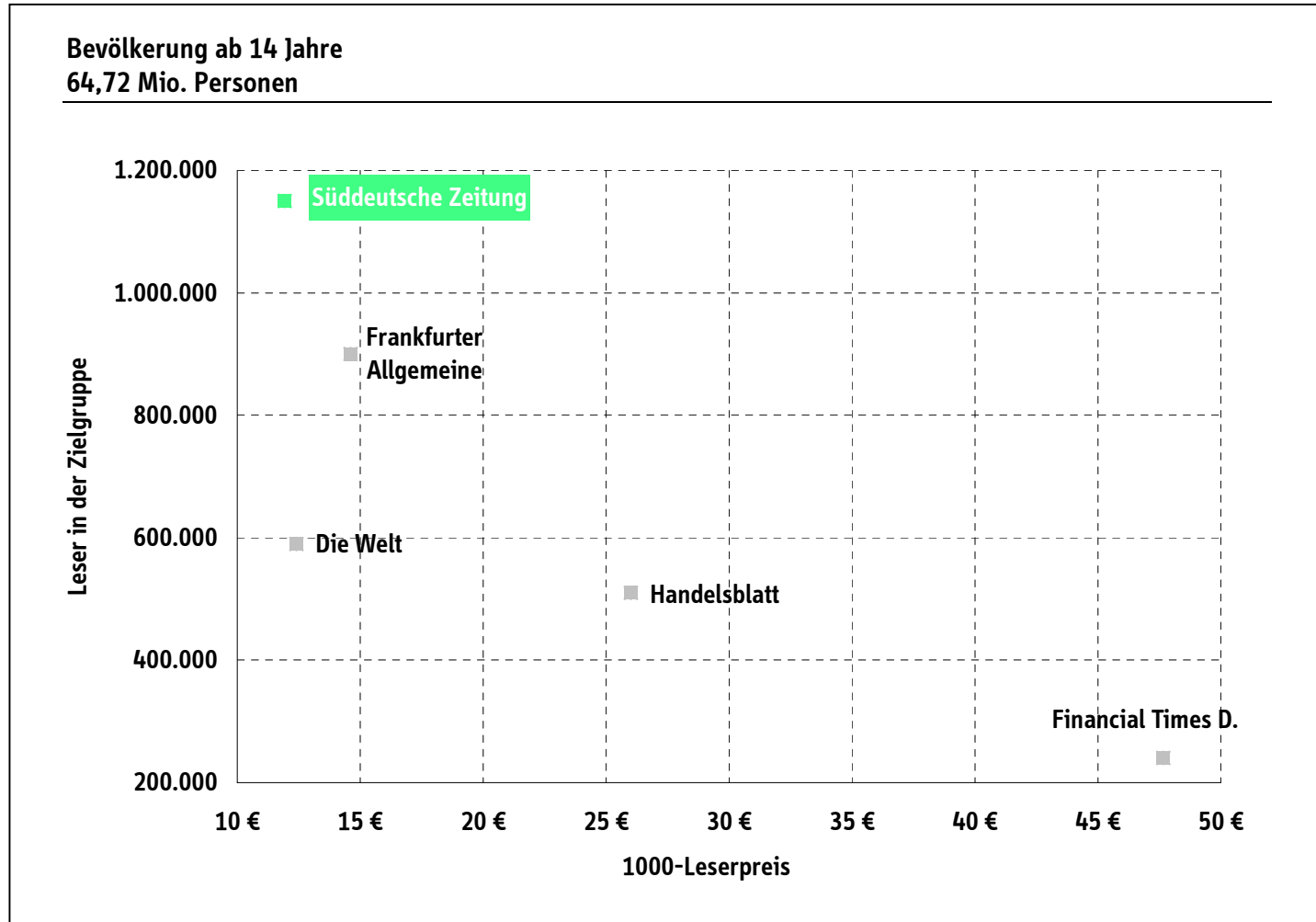
Was uns zeigt, dass Mediapläne, die sich nur auf einen Leistungsträger stützen, einen nur unzureichenden Abdeckungsgrad bieten.

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung nach Leistung und Wirtschaftlichkeit



Hohe Leistung - geringe Kosten

Hohe Leistung:
Die Media-Analyse 2004 weist für die Süddeutsche Zeitung eine Gesamtreichweite von 1.150.000 Lesern aus.

Geringe Kosten:
Mit einer Anzeige in der Süddeutschen Zeitung in u. g. Format kostet Sie die Chance, 1.000 Leser zu erreichen, rund 12 Euro.

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

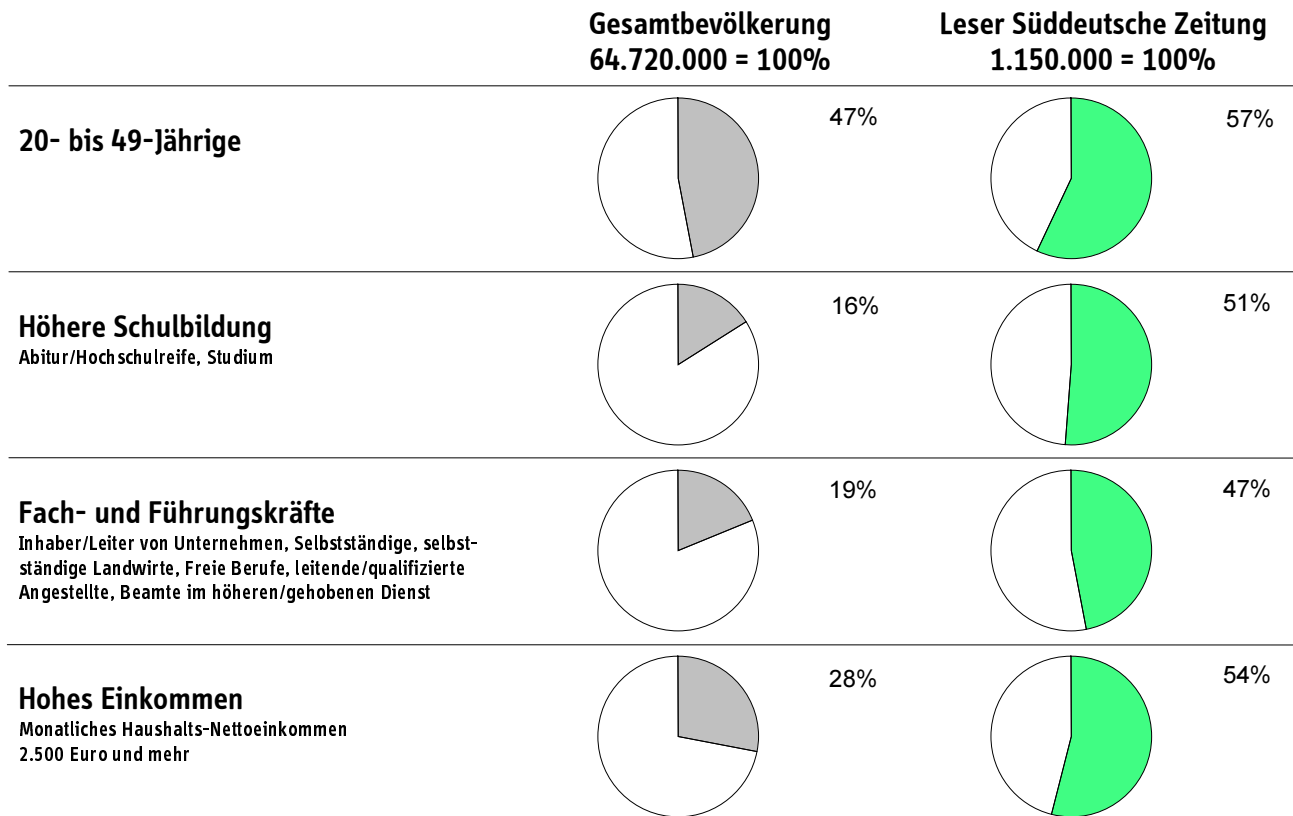
Zielgruppen-Leistungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Klares Profil

Schwerpunkte in der Leserschaft der Süddeutschen Zeitung



SZ-Leser gehören zur gehobenen Bildungs- und Business-Schicht

In Einklang mit dem vergleichbar sehr hohen Niveau ihrer Ausbildung und ihrer überdurchschnittlich gehobenen Berufsstellung verdienen die Leser der Süddeutschen Zeitung wesentlich mehr als der bundesdeutsche Durchschnitt:

Mehr als die Hälfte aller SZ-Leser, doch nur 28% aller Bundesbürger, lebt in einem Haushalt, dem ein monatliches Haushalts-Nettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr zur Verfügung steht.

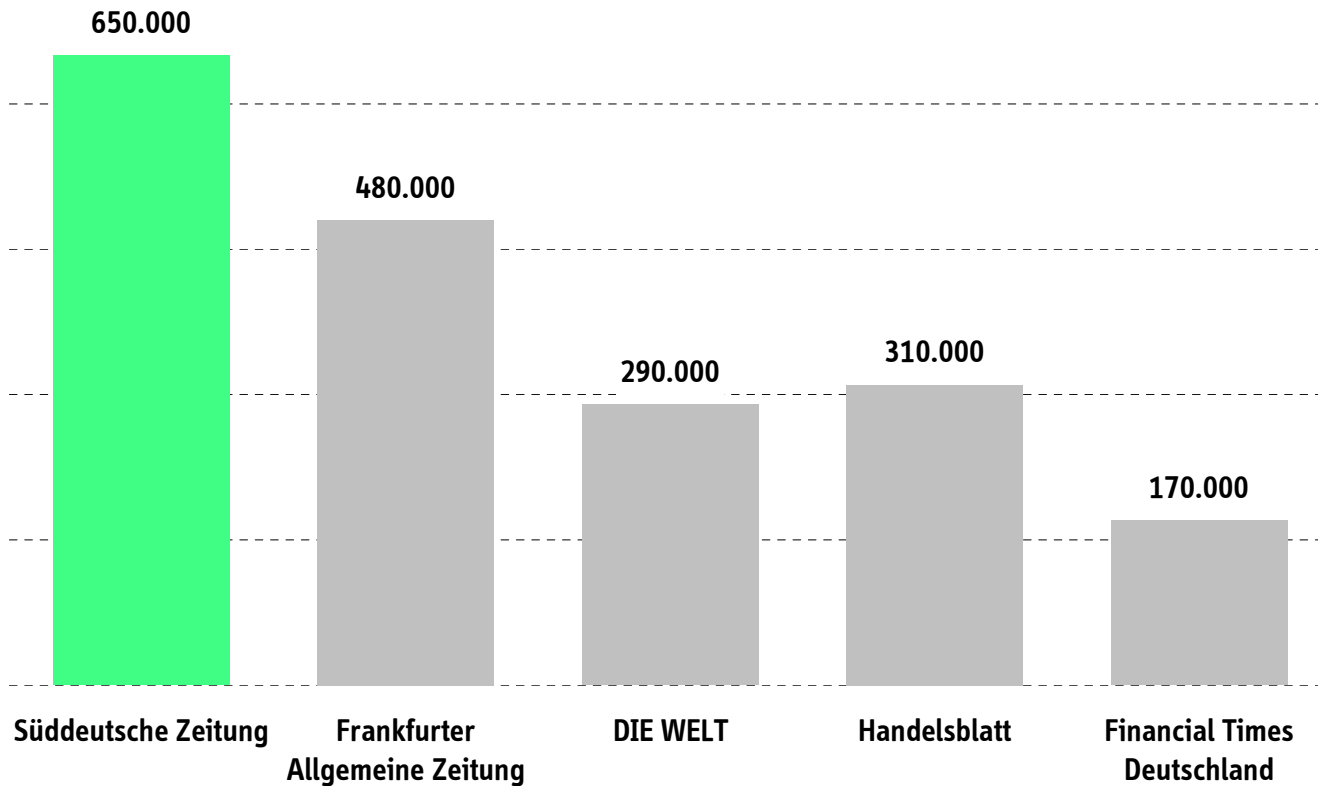
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Die 20- bis 49-jährigen Leser

20- bis 49-jährige
30,46 Mio. Personen



Die 20- bis 49-jährigen: Eine wichtige Altersgruppe

Die 20- bis 49-jährigen sind eine Altersgruppe mit eher hoher Konsumbereitschaft und größerer Aufgeschlossenheit neuen Produkten gegenüber. Und davon lesen 650.000 die Süddeutsche Zeitung.

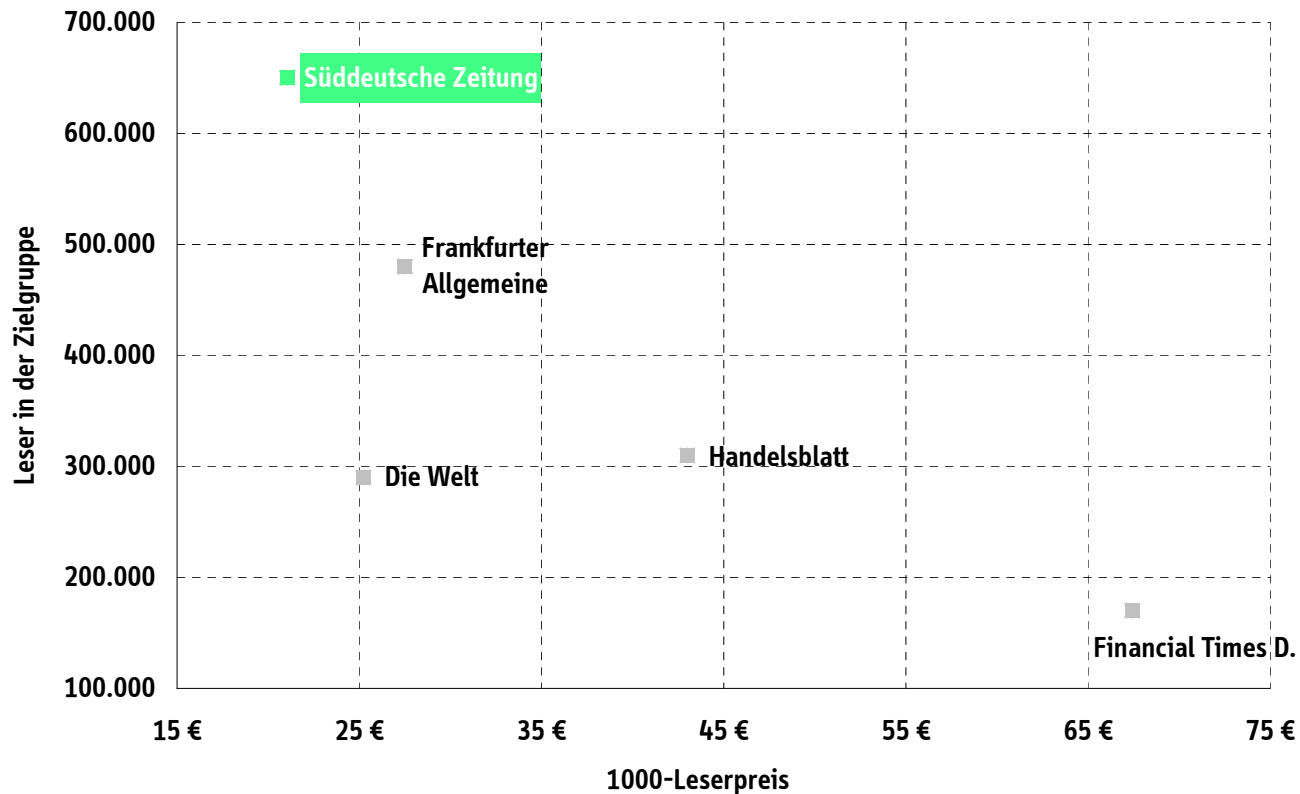
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung bei den 20- bis 49-jährigen Lesern

20- bis 49-jährige
30,46 Mio. Personen



Leistungsstark und wirtschaftlich

In der Zielgruppe der 20- bis 49-jährigen ist die Süddeutsche nicht nur der leistungsstärkste Titel unter den dargestellten über-regionalen Abo-Tageszeitungen, sondern auch der wirtschaftlichste.

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

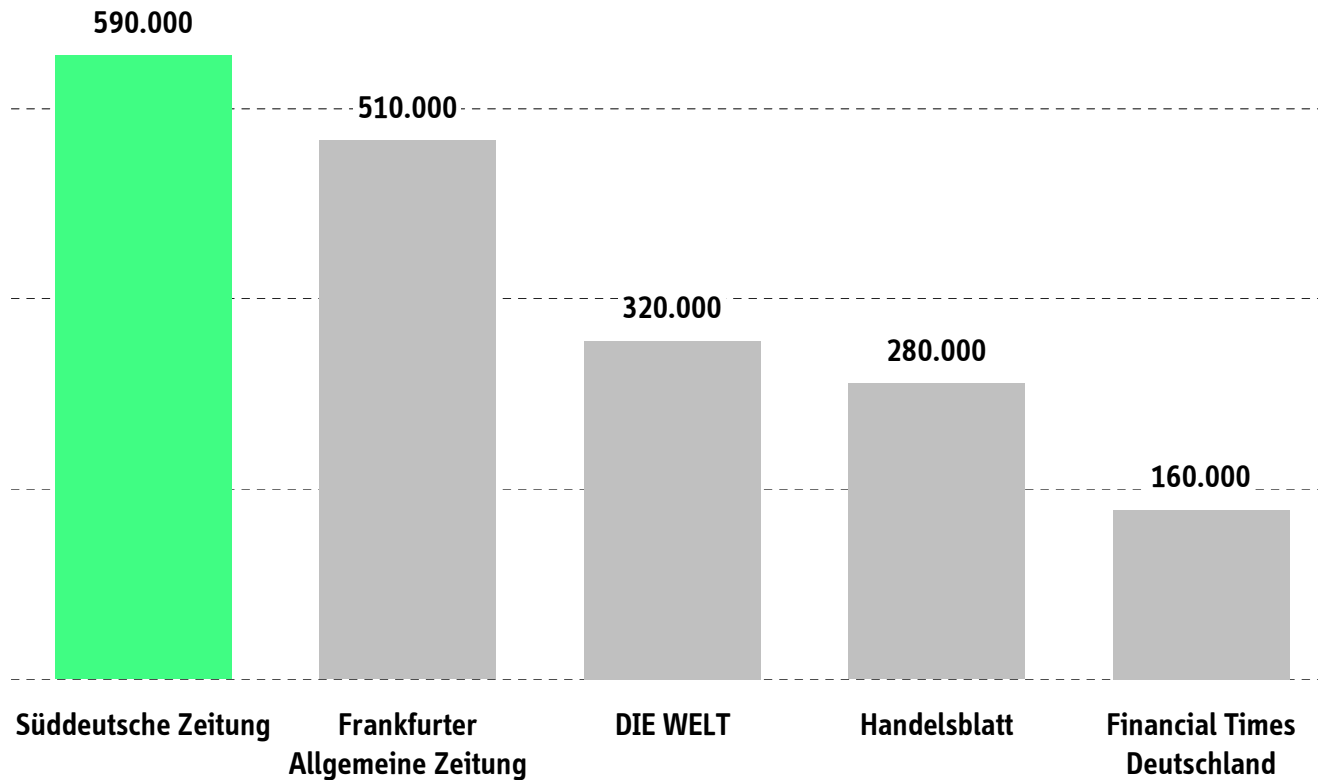
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Gebildete Leserschaft

Schule bzw. Berufsbildung abgeschlossen mit Abitur/Hochschulreife oder Studium*
10,41 Mio. Personen



Gut „geschult“

Wenn sich Ihre Werbung an ein gebildetes Publikum wendet oder Sie qualifizierte Mitarbeiter für Ihr Unternehmen suchen, dann bietet die Süddeutsche Zeitung das richtige Forum für Ihre Anzeige oder Ihr Stellenangebot:

590.000 SZ-Leser haben einen gehobenen Schulabschluss, d. h. Abitur bzw. Hochschulreife oder ein abgeschlossenes Studium.

* Ausbildung: Fach-/Hochschulreife mit/ohne Studium

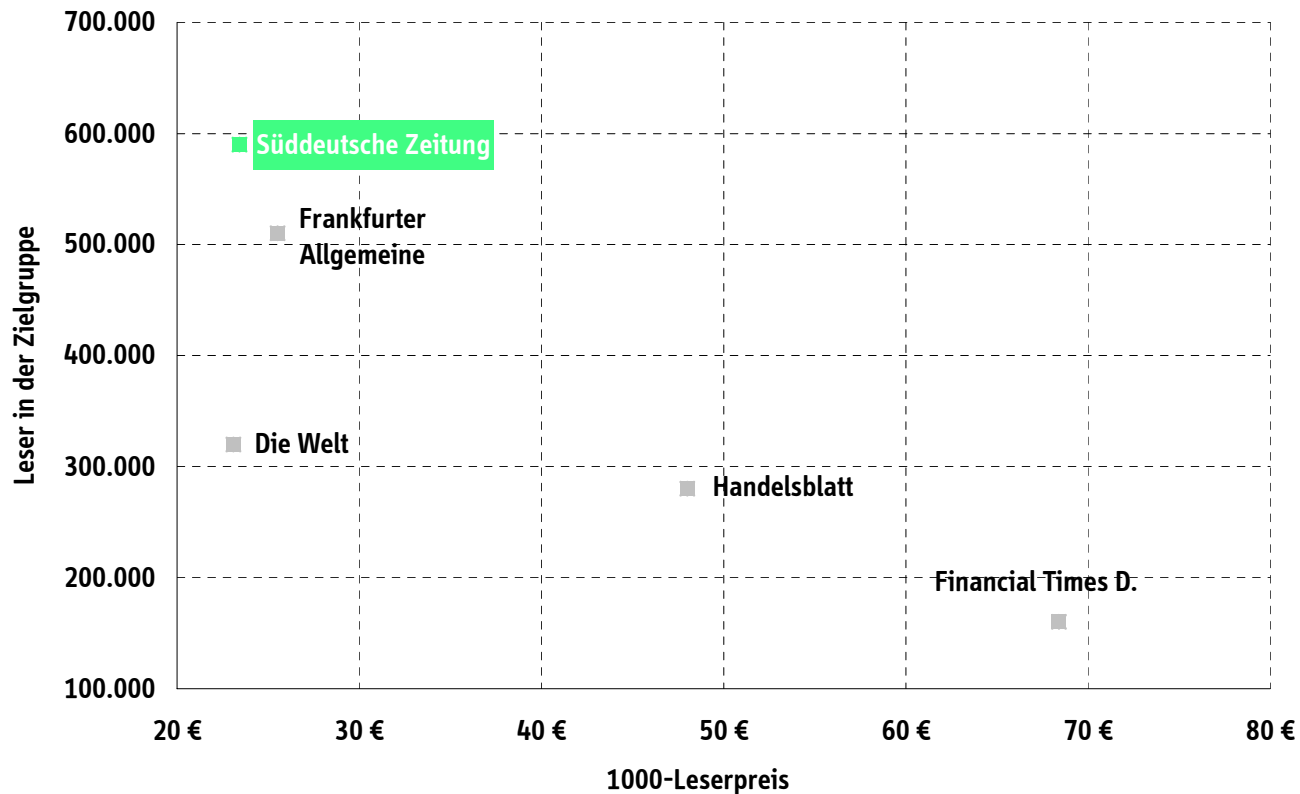
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung in der gebildeten Leserschaft

Schule bzw. Berufsbildung abgeschlossen mit Abitur/Hochschulreife oder Studium*
10,41 Mio. Personen



Nr. 1 bei den Gebildeten

Leistungsstark:
590.000 SZ-Leser mit Abitur/Hochschulreife
oder abgeschlossenem Studium*.

Wirtschaftlich:
Mit einer Anzeige in der Süddeutschen Zeitung in u. g. Format kostet Sie die Chance,
1.000 Leser in dieser Zielgruppe zu erreichen,
rund 23 Euro.

* Ausbildung: Fach-/Hochschulreife mit/ohne Studium

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten
und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto,
Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

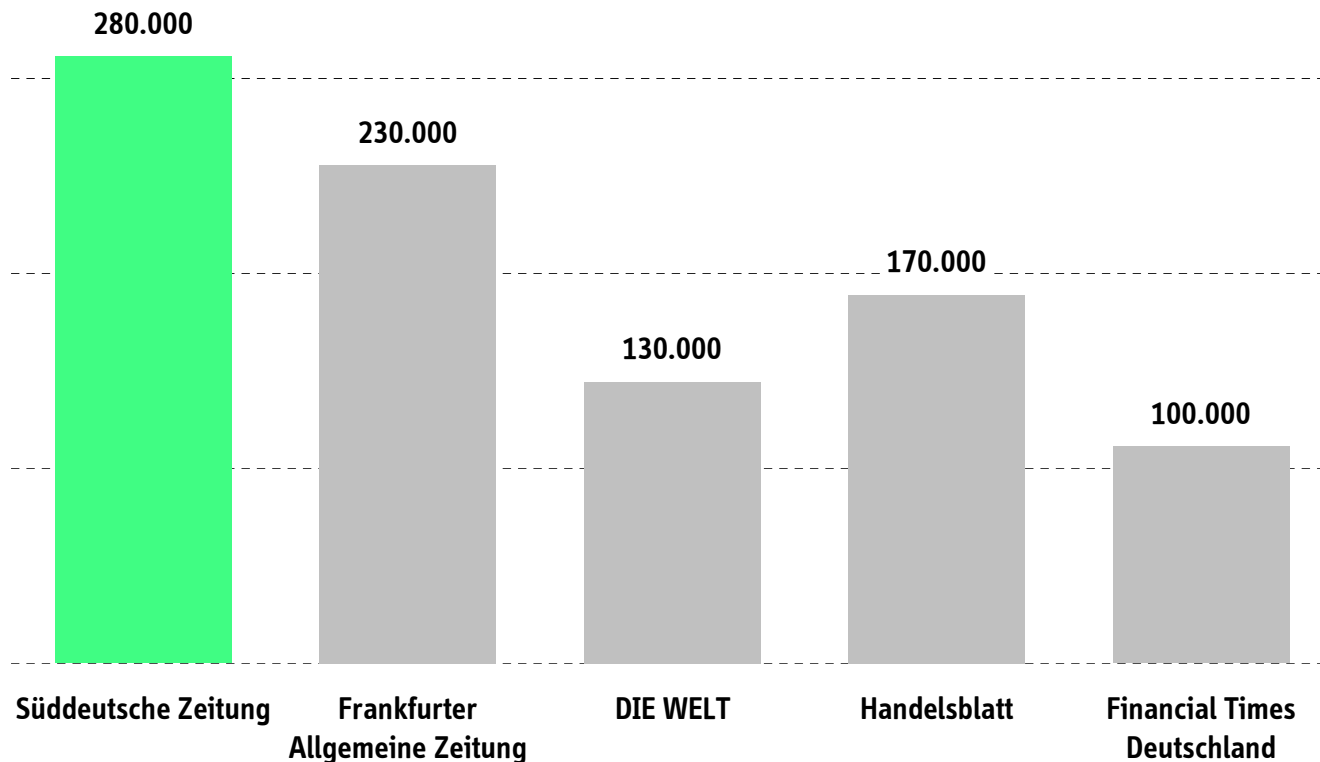
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Gebildet, berufstätig und 20-49 Jahre alt

Berufstätige, 20 bis 49 Jahre alt mit Abitur/Hochschulreife oder Studium*
4,85 Mio. Personen



Die Süddeutsche vorn

Die Berufstätigen zwischen 20 und 49 Jahren mit gehobener Schulbildung: Eine wichtige Zielgruppe, z. B. für den Stellenmarkt. Mit der Süddeutschen Zeitung können Sie 280.000 erreichen.

* Ausbildung: Fach-/Hochschulreife mit/ohne Studium

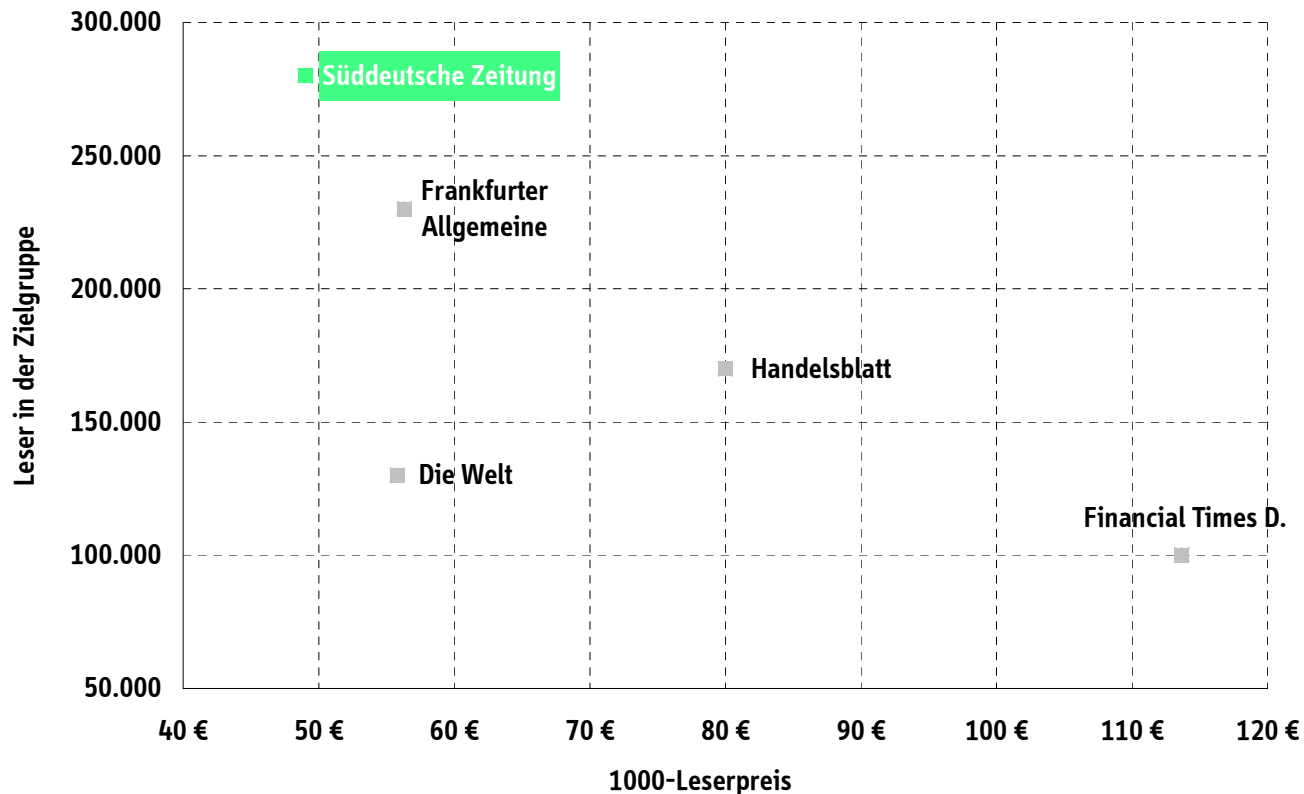
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung bei den gebildeten Berufstätigen unter 50

Berufstätige, 20 bis 49 Jahre alt mit Abitur/Hochschulreife oder Studium*
4,85 Mio. Personen



Mit der Süddeutschen gute Chancen

Mit der Süddeutschen Zeitung haben Sie gute Chancen, diese z. B. für den Stellenmarkt wichtige Zielgruppe wirtschaftlich zu erreichen.

* Ausbildung: Fach-/Hochschulreife mit/ohne Studium

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

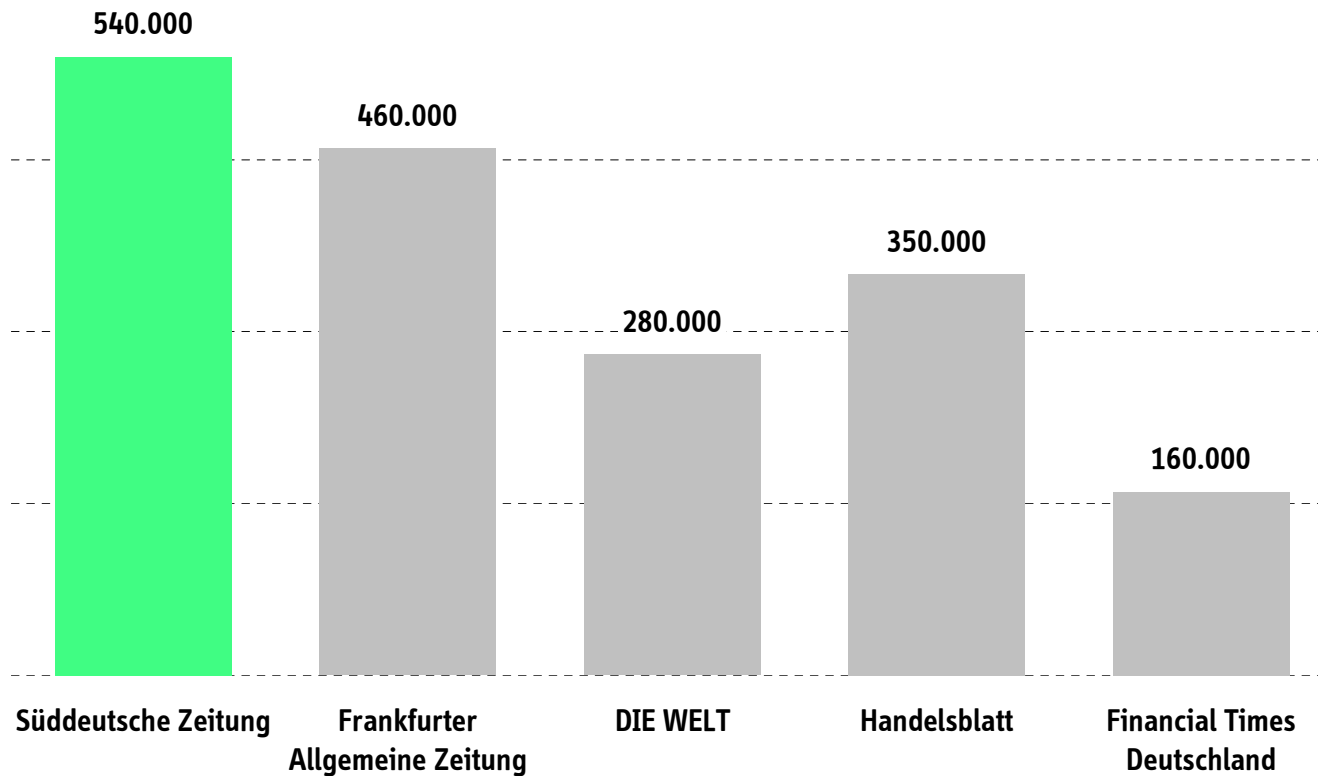
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Beruflich qualifiziert

Fach- und Führungskräfte*
12,44 Mio. Personen



Qualität für Qualifizierte

Fach- und Führungskräfte* - sie sind die Entscheider und Entscheidungsvorbereiter. Eine wichtige Zielgruppe für Ihre Unternehmens- oder Produktwerbung. Gut über eine halbe Million Menschen dieser qualifizierten Zielgruppe lesen täglich die Süddeutsche Zeitung.

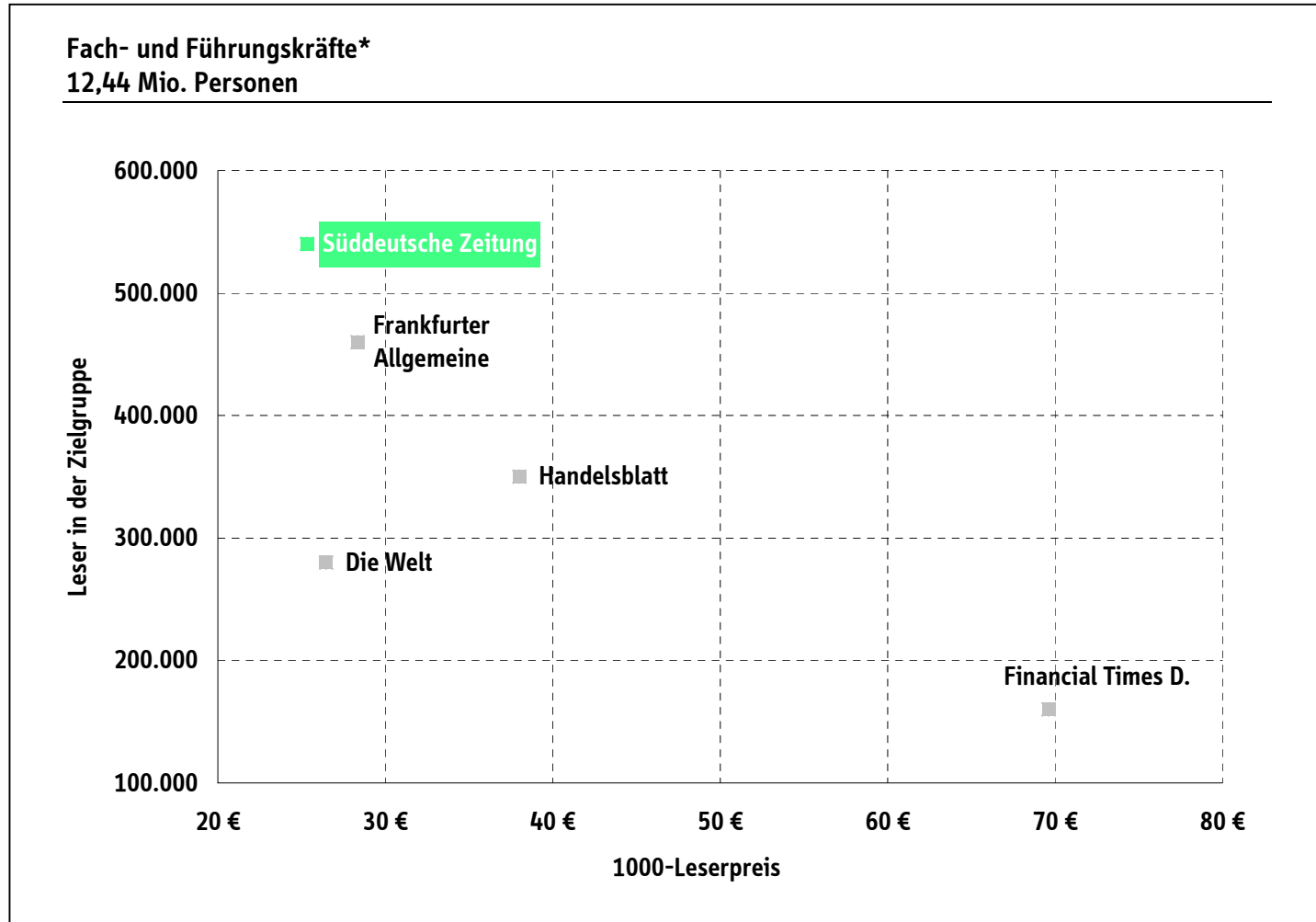
* Fach- und Führungskräfte: Inhaber/Leiter von Unternehmen, Selbstständige, selbstständige Landwirte, Freie Berufe, qualifizierte/leitende Angestellte oder Beamte im gehobenen/höheren Dienst

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung bei beruflich Qualifizierten



Die Süddeutsche qualifiziert sich bei den Fach- und Führungskräften

1. Durch hohe Leistung:
Die Media-Analyse 2004 weist für die Süddeutsche Zeitung bei den Fach- und Führungskräften* eine Reichweite von 540.000 Lesern aus.

2. Durch geringe Kosten:
Mit einer Anzeige in der Süddeutschen Zeitung in u. g. Format kostet Sie die Chance, 1.000 beruflich qualifizierte Leser zu erreichen, rund 25 Euro.

* Fach- und Führungskräfte: Inhaber/Leiter von Unternehmen, Selbstständige, selbstständige Landwirte, Freie Berufe, qualifizierte/leitende Angestellte oder Beamte im gehobenen/höheren Dienst

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

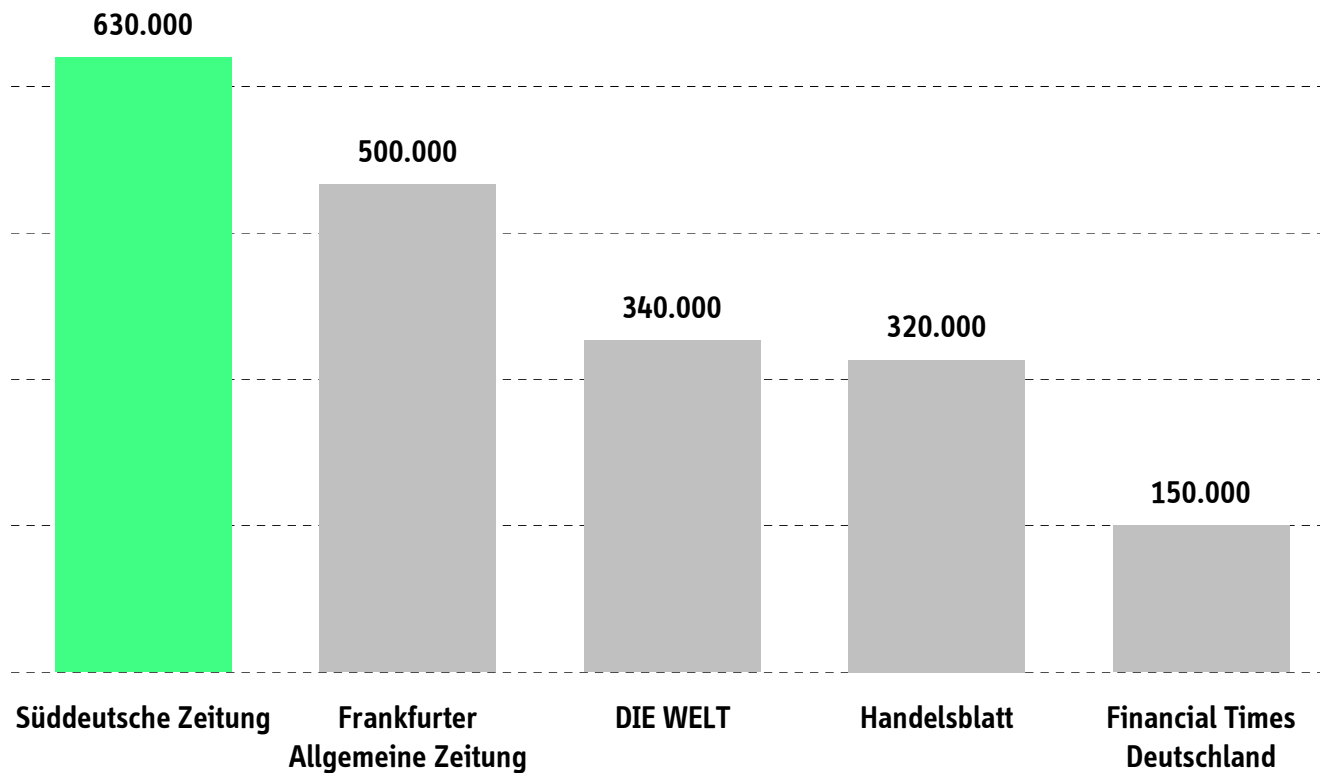
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Leser in kaufkräftigen Haushalten

Einkommensgruppe: Haushalts-Nettoeinkommen monatlich 2.500 Euro und mehr
18,01 Mio. Personen



Viele Leser mit viel Geld

In Einklang mit dem vergleichbar sehr hohen Niveau ihrer Ausbildung und beruflichen Position steht den Lesern der Süddeutschen Zeitung mehr Geld als dem bundesdeutschen Durchschnitt zur Verfügung: 630.000 SZ-Leser wohnen in Haushalten mit monatlich netto 2.500 Euro und mehr.

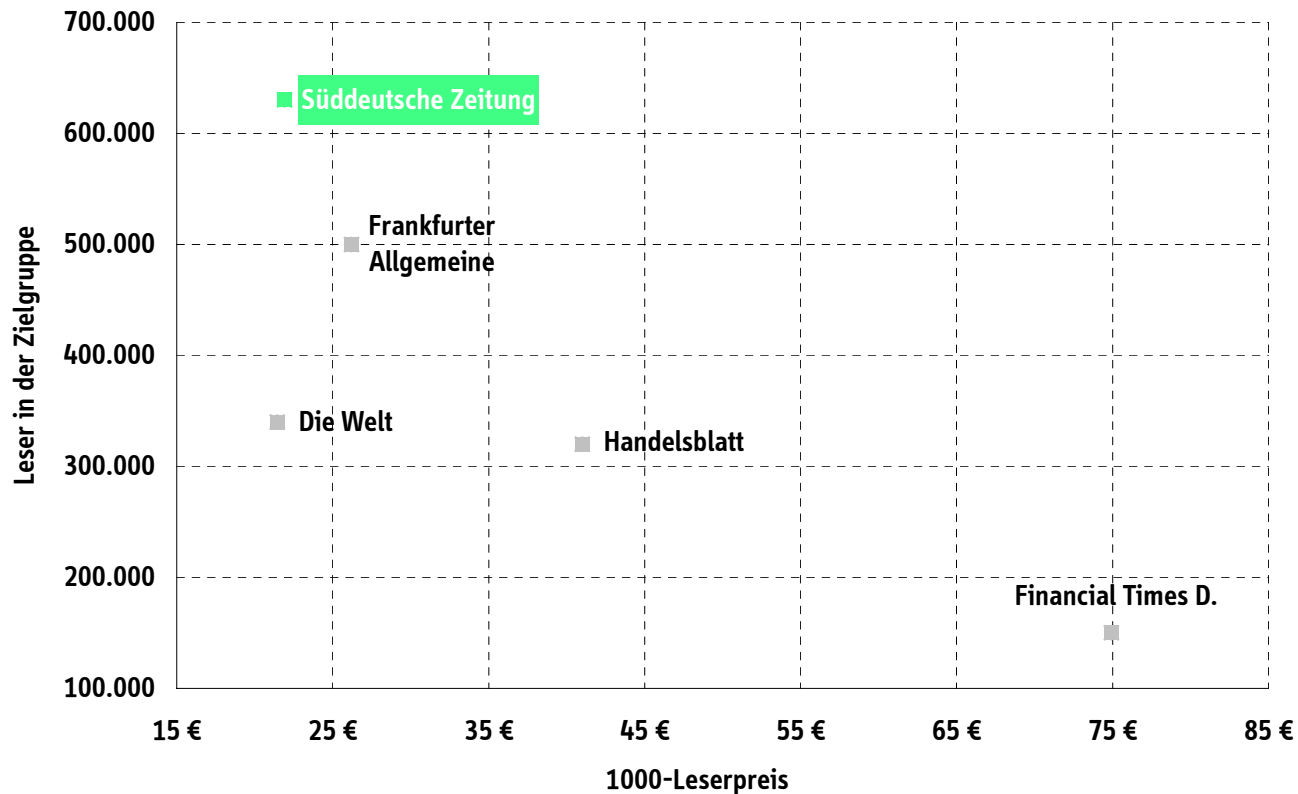
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Positionierung bei kaufkräftigen Haushalten

Einkommensgruppe: Haushalts-Nettoeinkommen monatlich 2.500 Euro und mehr
18,01 Mio. Personen



**Viele Leser mit viel Geld -
für wenig Geld erreichen!**

Die Chance, 1.000 Leser in kaufkräftigen Haushalten zu erreichen, kostet Sie mit der Süddeutschen Zeitung bei u. g. Format nur etwa 22 Euro.

Der 1000-Leserpreis wird durch Verrechnung der Anzeigenkosten und der durch diese Zeitung erreichten Leser gebildet.

Formate und Preise: 1.056mm (1/4 Seite), 4c, Grundpreis, netto, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), Stand 01/2005; Ausnahme: FTD Junior Page

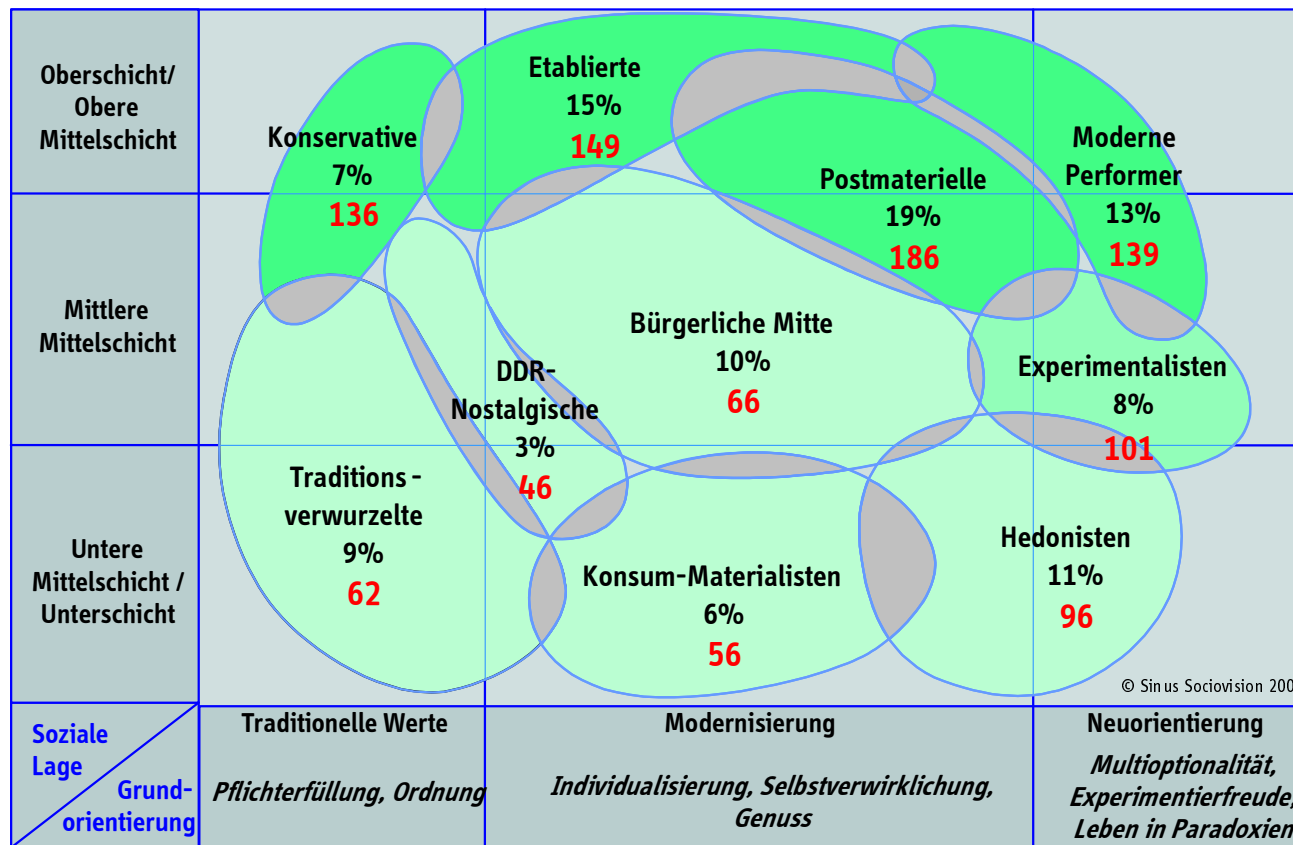
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2004 Tageszeitungen

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Leserstruktur + Index Süddeutsche Zeitung in den Sinus-Milieus 2004

Leser Süddeutsche Zeitung
1,15 Mio. Personen



SZ-Leser in den oberen Schichten

Die Definition der Sinus-Milieus geht von der Lebenswelt und dem Lebensstil der Menschen aus. Die Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensauffassung und -weise ähneln - zu „Gruppen Gleichgesinnter“. Dabei werden grundlegende Wertorientierung und Alltagseinstellungen zu z.B. Arbeit und Familie in die Analyse mit einbezogen.

Die Leser der Süddeutschen Zeitung finden sich weit über dem Durchschnitt in den Milieus Postmaterielle, Etablierte, Konservative und moderne Performer, die von der sozialen Lage her zur Ober- und oberen Mittelschicht gehören.

Auch im kleineren Milieu der Experimentalisten zeigt sich eine leicht überdurchschnittliche Ausprägungen.

Eine Kurzbeschreibung der einzelnen Milieus finden Sie auf der folgenden Seite.

Quellen: Sinus-Sociovision 2004, Verbraucher-Analyse 2004/I; Deutschland gesamt

Schwarz:

Strukturanteil der SZ-Leser gesamt in %

Rot:

Index SZ auf Bevölkerung gesamt (= 100)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Kurzcharakteristik der gesamtdeutschen Sinus-Milieus 2004

Gesellschaftliche Leitmilieus	
• Etablierte	Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche
• Postmaterielle	Das aufgeklärte Nach-68er-Milieu: Postmaterielle Werte, Globalisierungskritik und intellektuelle Interessen
• Moderne Performer	Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung
Mainstream-Milieus	
• Bürgerliche Mitte	Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen
• Konsum-Materialisten	Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsum-Standards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen

Traditionelle Milieus	
• Konservative	Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen
• Traditionsverwurzelte	Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur
• DDR-Nostalgische	Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität
Hedonistische Milieus	
• Experimentalisten	Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde
• Hedonisten	Die Spaß-orientierte moderne Unterschicht/ untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft

Quelle: Sinus Sociovision 2004
Gebiet: Deutschland gesamt
Bevölkerung ab 14 Jahre

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

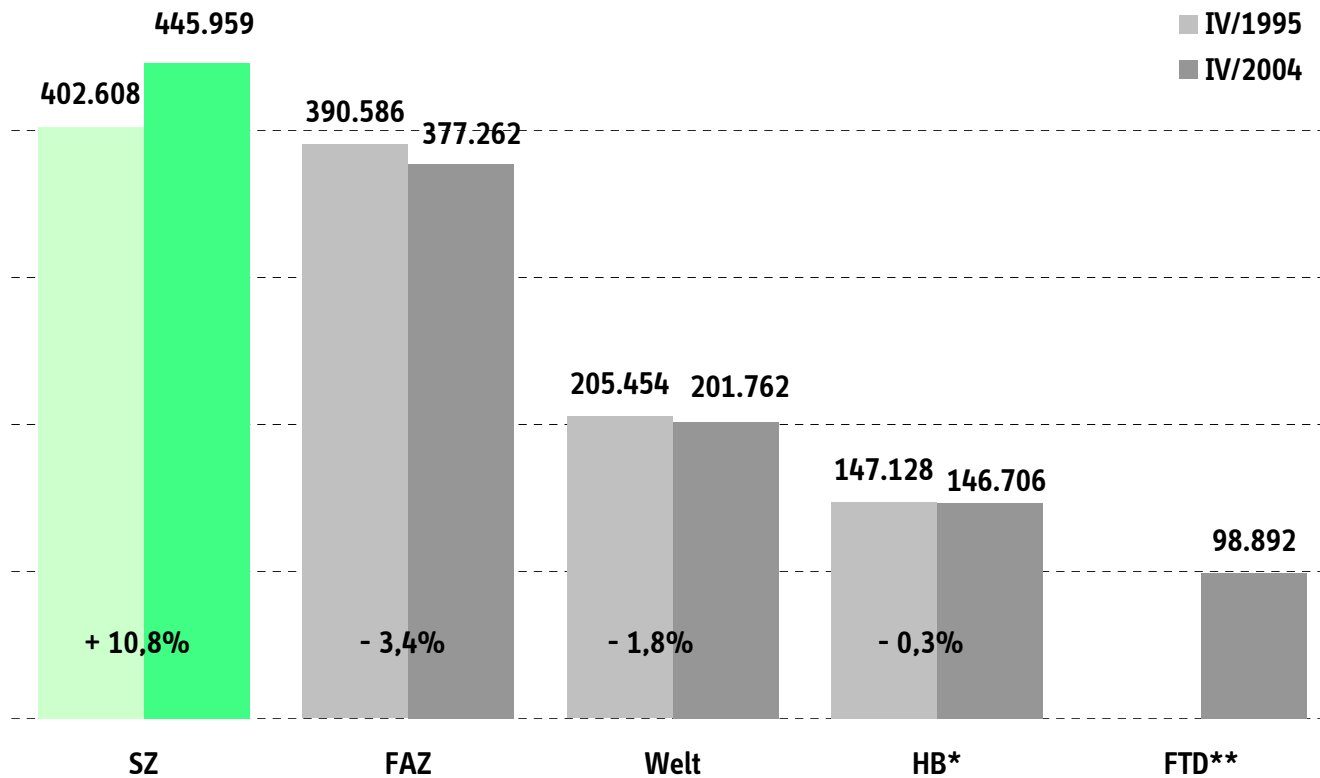
Auflagen im überregionalen Wettbewerbsumfeld

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Plus-Minus bei den Auflagen – ein 10-Jahres-Vergleich

Entwicklung der verkauften Auflage IV. Quartal 1995 zu IV. Quartal 2004
Montag bis Samstag



Ein deutliches Plus für die Süddeutsche Zeitung

In der Langzeitentwicklung (10-Jahres-Vergleich) zeigt sich die positive Auflagendynamik der Süddeutschen Zeitung mit plus 10,8% (FAZ -3,4%). Damit liegt die Auflage der SZ mit mehr als 60.000 verkauften Exemplaren vor der FAZ.

* Montag bis Freitag

** Montag bis Freitag, kein 10-Jahresvergleich möglich

Quelle: IVW Auflagenliste IV/1995 und IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Auflagenvergleich: Überregionale Wettbewerber

Verkaufte Auflage IV. Quartal 2003 zu IV. Quartal 2004

		Verkaufte Auflage		Differenz zum Vorjahr	
		IV/2003	IV/2004	absolut	in %
Süddeutsche Zeitung	Mo-Fr	416.652	427.393	10.741	2,6%
	Sa	533.765	538.647	4.882	0,9%
	Mo-Sa	437.077	445.959	8.882	2,0%
Frankfurter Allgemeine	Mo-Fr	376.100	367.398	-8.702	-2,3%
	Sa	449.510	421.496	-28.014	-6,2%
	Mo-Sa	388.507	377.262	-11.245	-2,9%
DIE WELT	Mo-Sa	202.168	201.762	-406	-0,2%
Handelsblatt	Mo-Fr	148.319	146.706	-1.613	-1,1%
Financial Times D.	Mo-Fr	93.527	98.892	5.365	5,7%

Großer Vorsprung

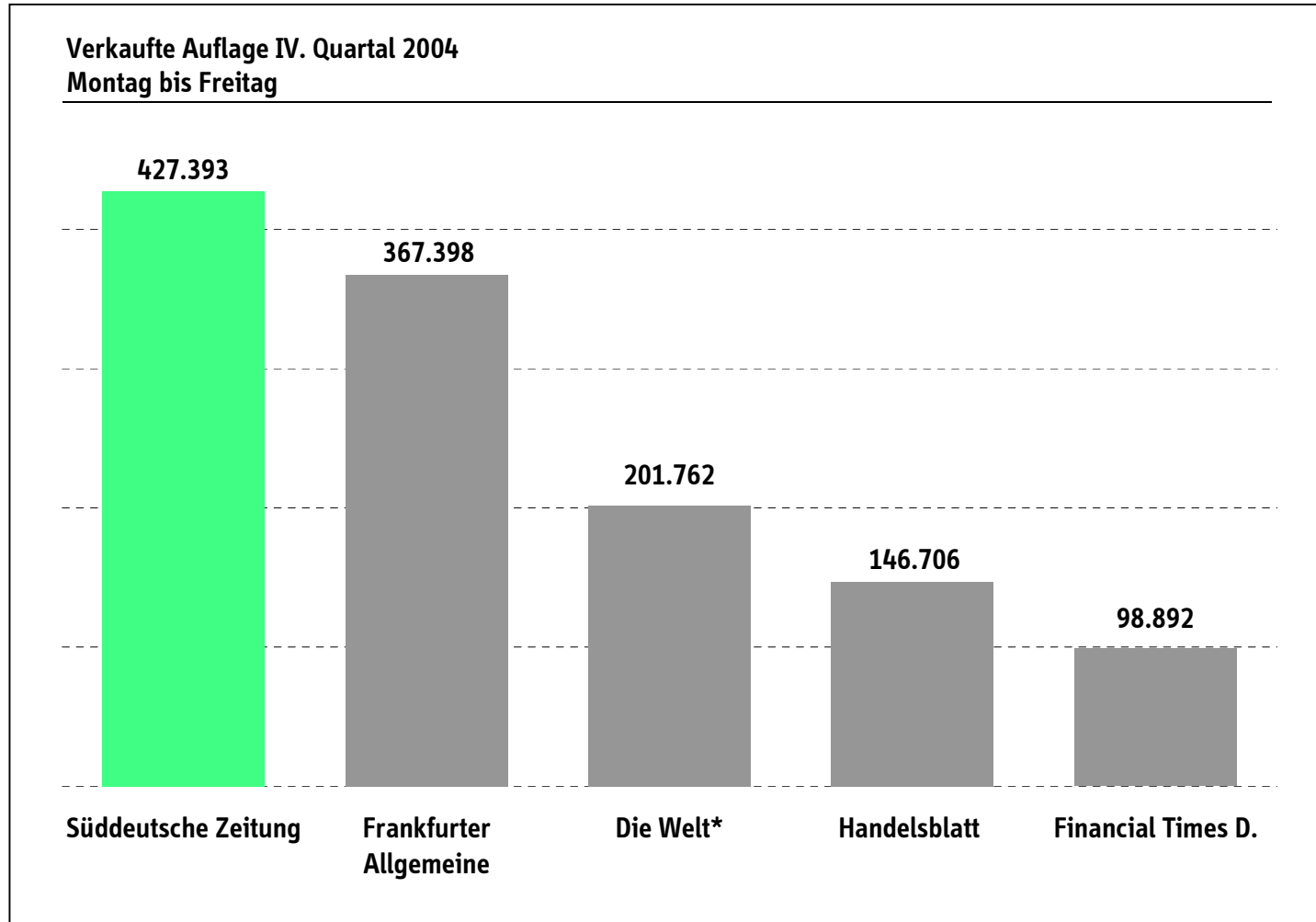
Mit einer aktuellen verkauften Auflage von 445.959 Exemplaren Mo-Sa liegt die Süddeutsche Zeitung mit mehr als 60.000 verkauften Exemplaren vor der FAZ (377.262).

Quelle: IVW Auflagenliste IV/2003 und IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Während der Woche über 420.000 verkaufte Exemplare



Montags bis freitags...

... finden täglich durchschnittlich 427.393 überwiegend abonnierte Exemplare der Süddeutschen Zeitung ihren Weg zum Leser.

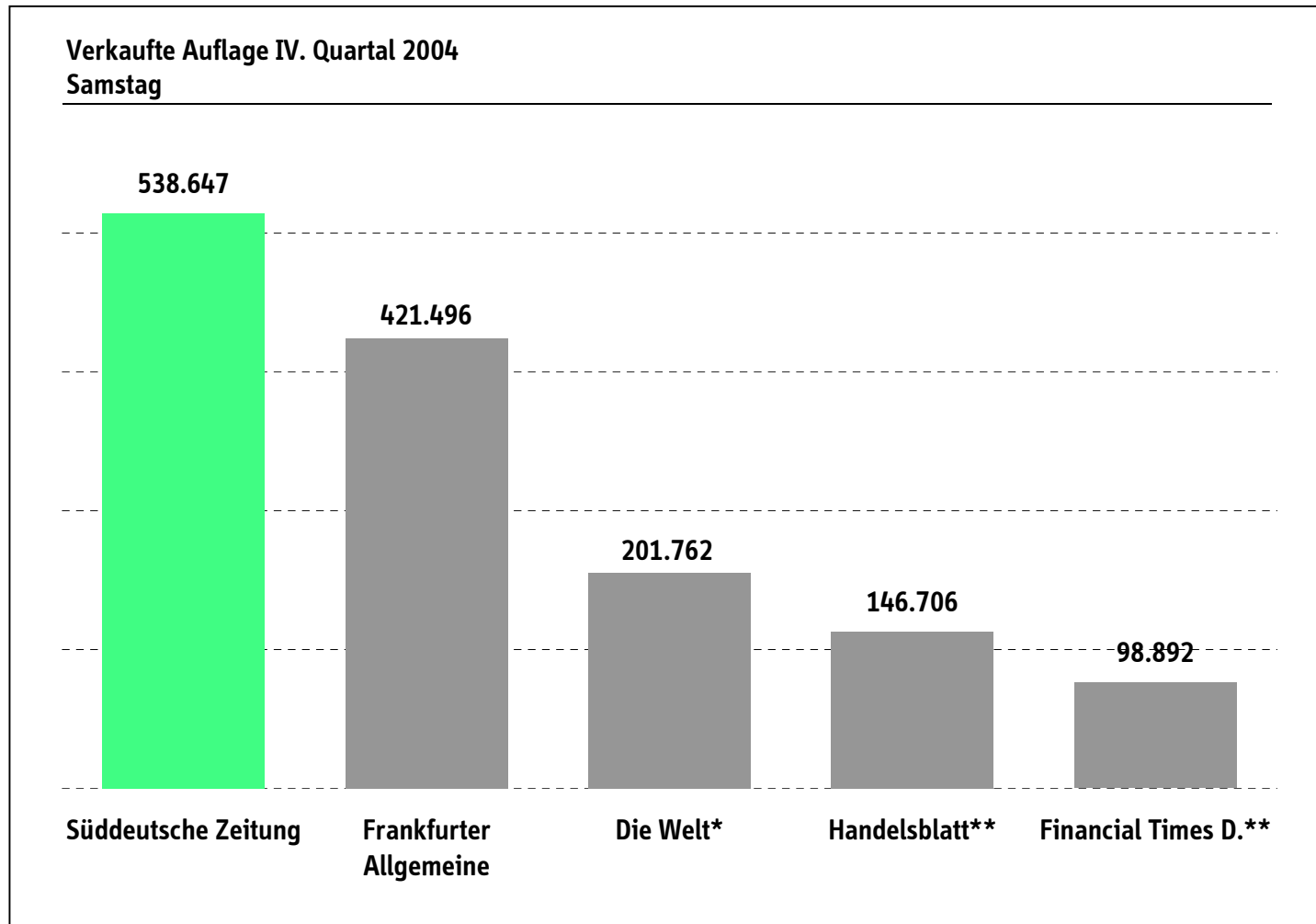
* Montag bis Samstag

Quelle: IVW Auflagenliste IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Weit über eine halbe Million



Am Wochenende Lust auf die Süddeutsche

Unter den überregionalen Abonnement-Tageszeitungen verkauft die Süddeutsche Zeitung mit Abstand die meisten Exemplare.

* Montag bis Samstag
** Montag bis Freitag

Quelle: IVW Auflagenliste IV/2004
Gültigkeit bis Ende April 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

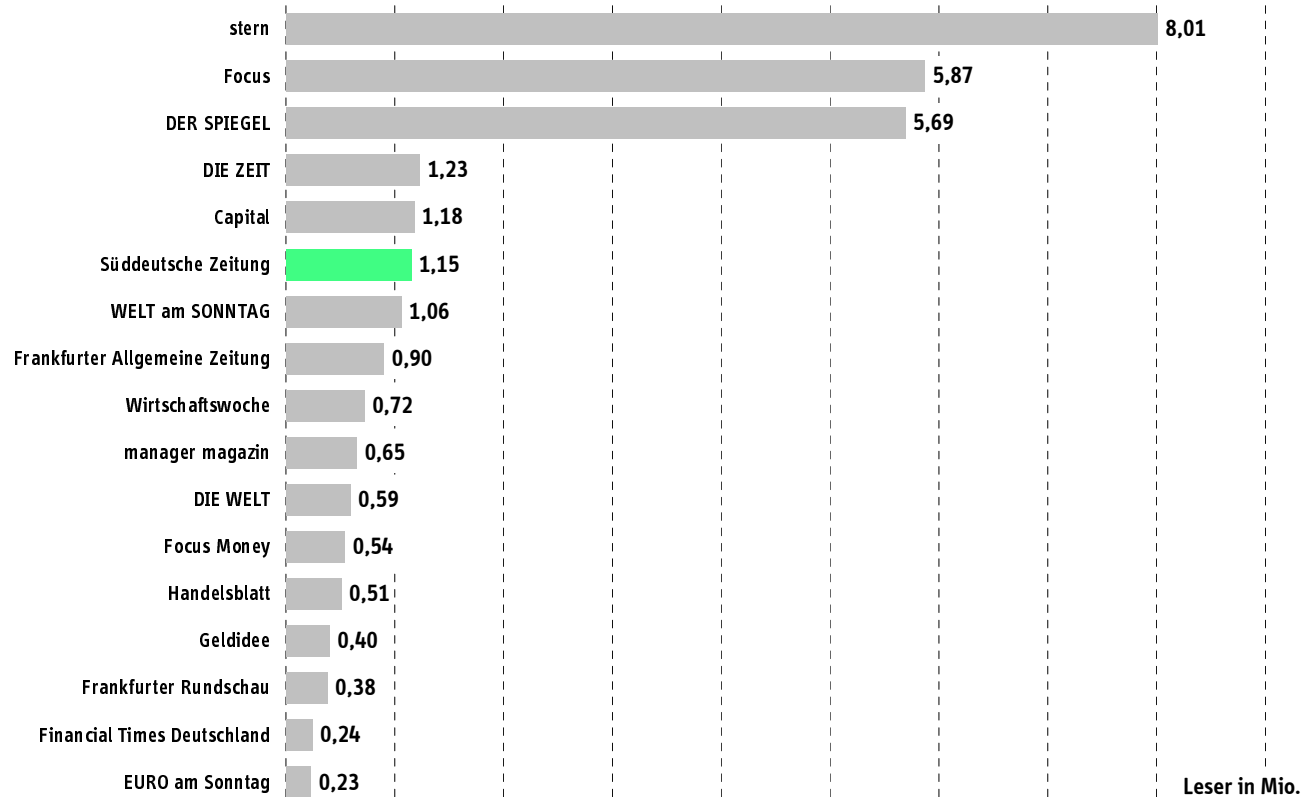
Leistung und Wirtschaftlichkeit im LAE-Titelumfeld

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Die Reichweiten der LAE-Titel in der MA

Bevölkerung gesamt ab 14 Jahre
64,72 Mio. Personen



Führende Tageszeitung

Mit 1.150.000 Lesern ist die Süddeutsche Zeitung die reichweitenstärkste Tageszeitung innerhalb der dargestellten Titelauswahl (17 LAE-Titel*).

* LAE-Titel: Die aufgeführten Titel sind in der Media-Analyse 2005 und in der LAE 2003 (Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) erhoben. Euro und Finanzen, die bisher auch Titel beider Studien waren, fusionierten zum 1.1.2005, weshalb sie aus dem Ranking genommen wurden.

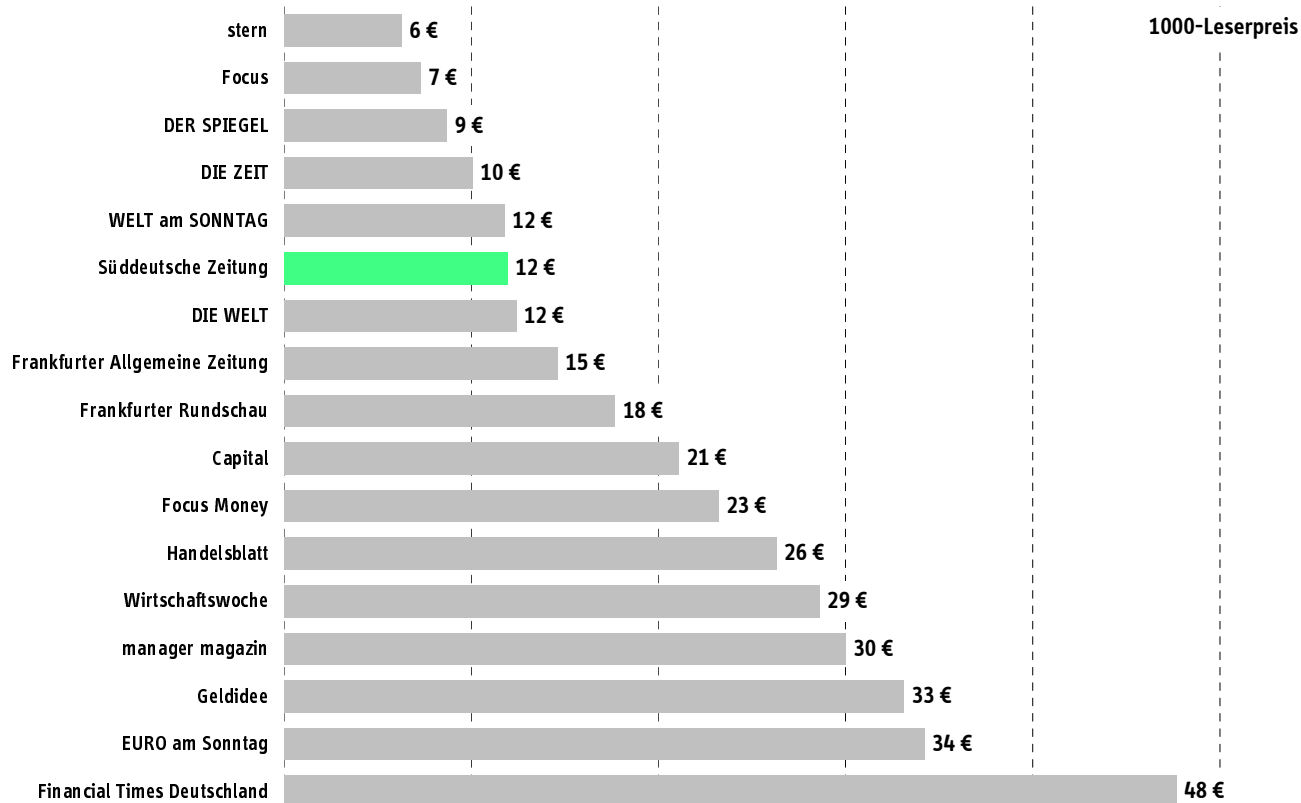
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2005 Pressemedien (I)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Wirtschaftlichkeit der LAE-Titel in der MA

Bevölkerung gesamt ab 14 Jahre
64,72 Mio. Personen



SZ – die wirtschaftlichste Tageszeitung

In der Wirtschaftlichkeit auf Rang 6 unter den 17 LAE-Titeln*!

Mit einer Anzeige im u.g. Format haben Sie die Chance, 1000 SZ-Leser zum Preis von rund 12 Euro zu erreichen.

* LAE-Titel: Die aufgeführten Titel sind in der Media-Analyse 2005 und in der LAE 2003 (Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) erhoben. Euro und Finanzen, die bisher auch Titel beider Studien waren, fusionierten zum 1.1.2005, weshalb sie aus dem Ranking genommen wurden.

Formate und Preise Zeitungen: ¼ Seite (1.056mm) 4c, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), netto, Stand 01/2005;
Ausnahme Euro am Sonntag und FTD: Juniorpage
Formate und Preise Zeitschriften: 1/1 Seiten 4c, netto, Stand 01/2005

Die Fläche einer viertel Zeitungsseite im nordischen Format entspricht 1/1 Seite im Magazinformat.

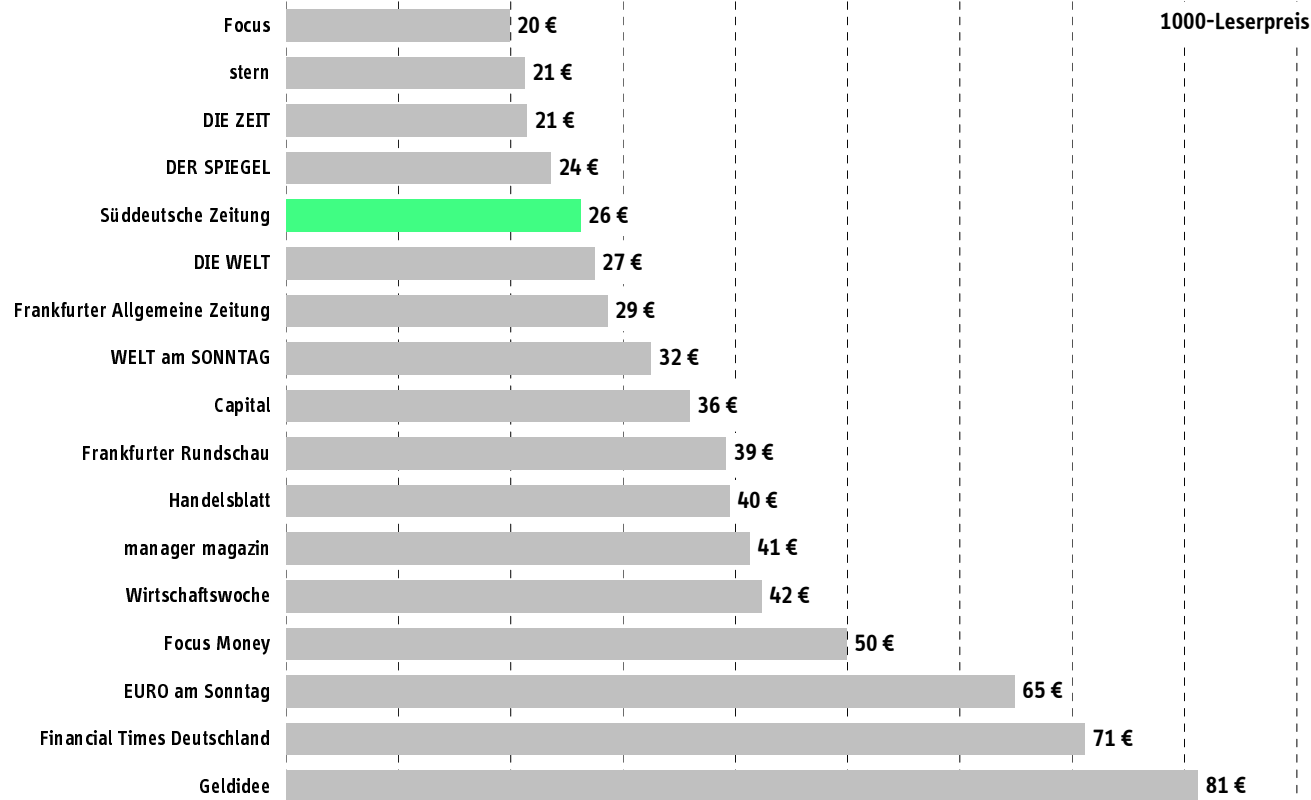
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2005 Pressemedien (I)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

1.000 Fach- und Führungskräfte* für 26 Euro

Fach- und Führungskräfte*
12,22 Mio. Personen



Fach- und Führungskräfte wirtschaftlich erreichen

In der Wirtschaftlichkeit auf Rang 5 unter den 17 LAE-Titeln**!
So günstig können Fach- und Führungskräfte* erreicht werden.

* Fach- und Führungskräfte: Inhaber/Leiter von Unternehmen, Selbstständige, selbstständige Landwirte, Freie Berufe, leitende und qualifizierte Angestellte, Beamte im höheren und gehobenen Dienst (jetziger Beruf)

** LAE-Titel: Die aufgeführten Titel sind in der Media-Analyse 2005 und in der LAE 2003 (Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) erhoben. Euro und Finanzen, die bisher auch Titel beider Studien waren, fusionierten zum 1.1.2005, weshalb sie aus dem Ranking genommen wurden.

Formate und Preise Zeitungen: 1/4 Seite (1.056mm) 4c, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), netto, Stand 01/2005;
Ausnahme Euro am Sonntag und FTD: Juniorpage
Formate und Preise Zeitschriften: 1/1 Seiten 4c, netto, Stand 01/2005

Die Fläche einer viertel Zeitungsseite im nordischen Format entspricht 1/1 Seite im Magazinformat.

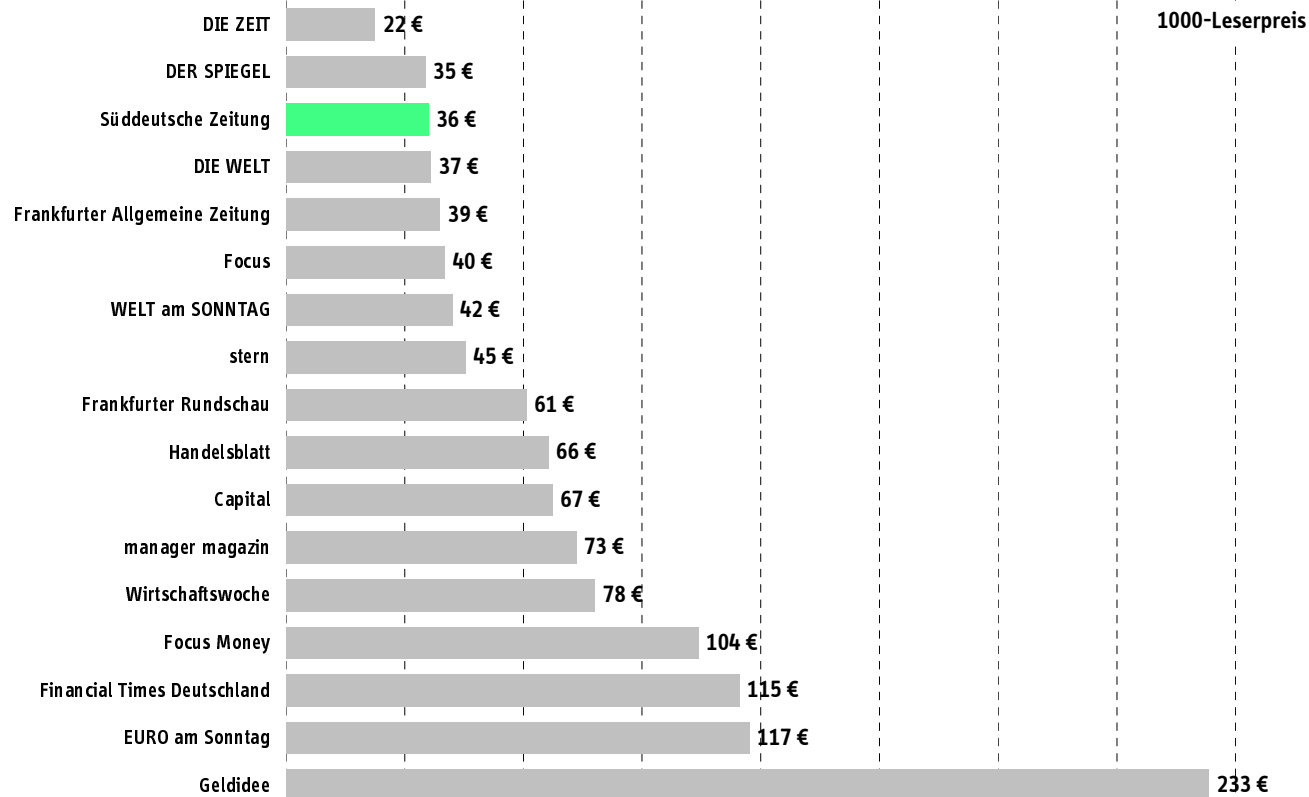
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2005 Pressemedien (I)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Platz 3 bei der Bildungs-Elite

Fach- bzw. Hochschulreife mit Studium
5,85 Mio. Personen



Gebildete Leser wirtschaftlich erreichen: Süddeutsche Zeitung

Mit einem 1000-Leserpreis von nur 36 Euro bei u. g. Format bietet die Süddeutsche in der akademischen Zielgruppe günstige Voraussetzungen für Ihre Kosten-Nutzen-Kalkulation:

Nach der Wirtschaftlichkeit auf Platz 3 von 17 LAE-Titeln*!

* LAE-Titel: Die aufgeführten Titel sind in der Media-Analyse 2005 und in der LAE 2003 (Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) erhoben. Euro und Finanzen, die bisher auch Titel beider Studien waren, fusionierten zum 1.1.2005, weshalb sie aus dem Ranking genommen wurden.

Formate und Preise Zeitungen: ¼ Seite (1.056mm) 4c, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), netto, Stand 01/2005;
Ausnahme Euro am Sonntag und FTD: Juniorpage
Formate und Preise Zeitschriften: 1/1 Seiten 4c, netto, Stand 01/2005

Die Fläche einer viertel Zeitungseite im nordischen Format entspricht 1/1 Seite im Magazinformat.

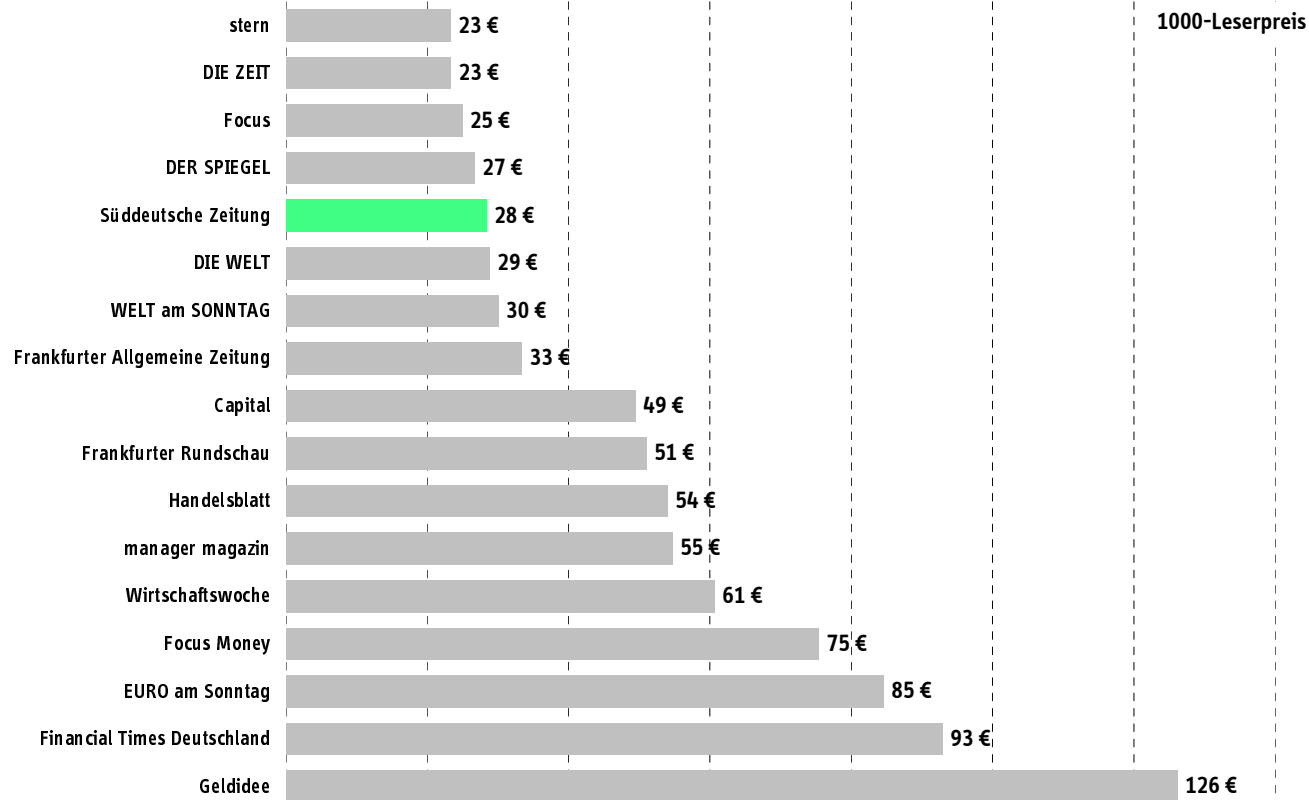
Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2005 Pressemedien (I)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Unter den Ersten bei den Kaufkräftigen

Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen 3.000 Euro und mehr
11,40 Mio. Personen



Kaufkräftige Leser wirtschaftlich erreichen: Süddeutsche Zeitung

Für 28 Euro können Sie mit der Süddeutschen 1000 Leser erreichen, die mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von mindestens 3.000 Euro zu den Kaufkräftigen des Landes zählen

Nach der Wirtschaftlichkeit auf Platz 5 von 17 LAE-Titeln*!

* LAE-Titel: Die aufgeführten Titel sind in der Media-Analyse 2005 und in der LAE 2003 (Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) erhoben. Euro und Finanzen, die bisher auch Titel beider Studien waren, fusionierten zum 1.1.2005, weshalb sie aus dem Ranking genommen wurden.

Formate und Preise Zeitungen: ¼ Seite (1.056mm) 4c, Mo-Fr (Welt: Mo-Sa), netto, Stand 01/2005;
Ausnahme Euro am Sonntag und FTD: Juniorpage
Formate und Preise Zeitschriften: 1/1 Seiten 4c, netto, Stand 01/2005

Die Fläche einer viertel Zeitungsseite im nordischen Format entspricht 1/1 Seite im Magazinformat.

Quelle: Media-Analyse (AG.MA) 2005 Pressemedien (I)

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Kosten- und Leistungsübersicht

Frankfurter Allgemeine und Süddeutsche Zeitung im Vergleich

Anzeigenpreis

mm-Grundpreis 4c Mo-Fr,
Stand: 01/2005



12,40€



13,05 €

SZ 5 % teurer

aber:

Verkaufte Auflage

IVW IV. Quartal 2004, Mo-Fr
IVW IV. Quartal 2004, Sa

367.398
421.496

427.393
538.647

SZ 16 % leistungsstärker
SZ 28 % leistungsstärker

Leser

Media-Analyse (AG.MA) 2004T

900.000

1.150.000

SZ 28 % leistungsstärker

Wirtschaftlichkeit

(1000-Leserpreis)

¼ Anzeigenseite 4c, Grundpreis,
Mo-Fr, Stand 01/05

14,61 €

11,93 €

SZ 18 % wirtschaftlicher

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung

Anmerkung

Ein Teil der vorliegenden Graphiken und Tabellen basiert auf der repräsentativen Bevölkerungsbefragung in der Bundesrepublik Deutschland „Media-Analyse“ der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA).

Das zugrunde liegende Datenmaterial wurde unter Einhaltung der statistischen Richtlinien der AG.MA aus den Originaldatenbeständen - Tageszeitungstranche, MA 2004T (gültig bis August 2005) und Pressemedien-tranche, MA 2005 P(I) - gezählt.

Für die Zählungen verwendete Software: CNTW.



Impressum

Herausgeber: Süddeutsche Zeitung GmbH
Text und Konzeption: SZ Marketing-Forschung
Gestaltung: SZ Marketing-Forschung

München, Februar 2005

Entdecker gesucht

Süddeutsche Zeitung