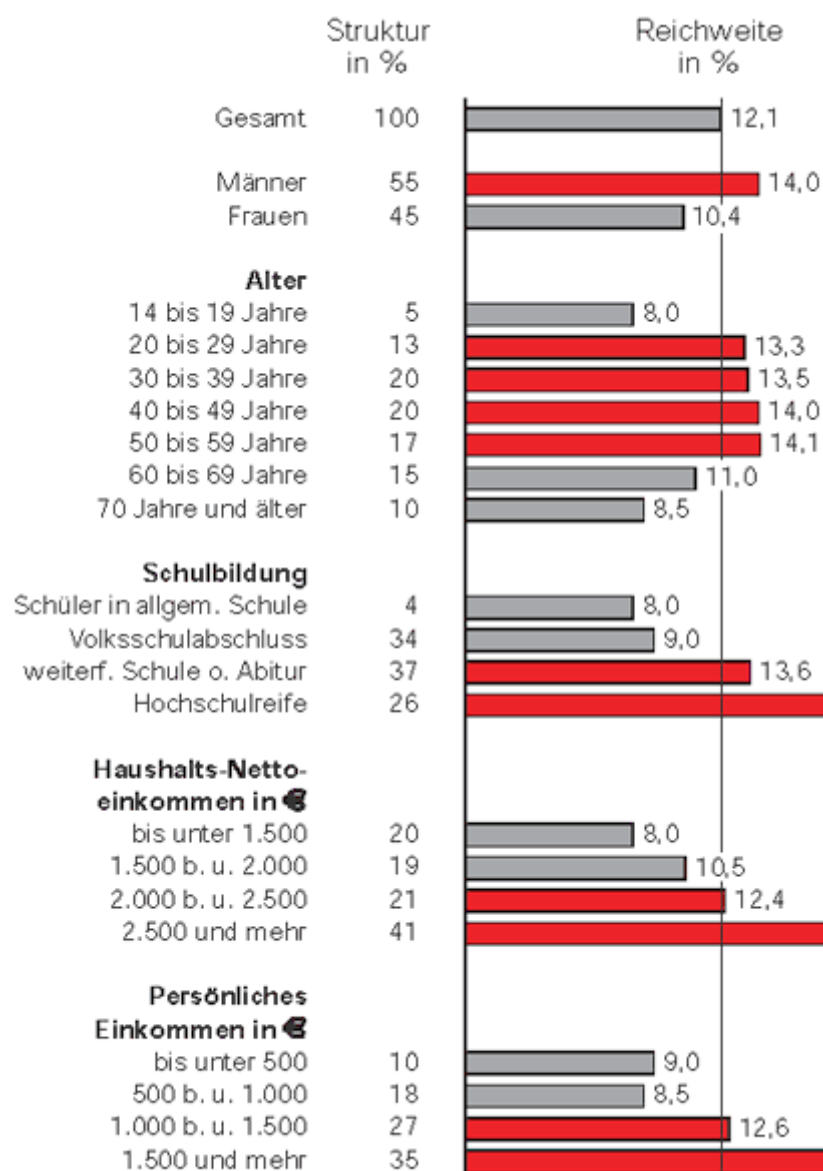




Leserschaft



Quelle: MA 2004/II, LpA gesamt

Reichweitenführer unter den aktuellen Wochenmagazinen

Der STERN wird Woche für Woche von 7,85 Millionen Menschen in Deutschland gelesen, dies entspricht einer Reichweite von 12,1% in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Er ist damit klarer Reichweitenführer unter den aktuellen Wochenmagazinen und das meistgelesene, meinungsbildende Magazin in Deutschland.

In einem Vierteljahr erreicht der STERN rund 22 Mio. Leser in Deutschland das heißt, fast jeder dritte Bundesbürger liest mindestens eine von 12 Ausgaben des STERN.

STERN-Leser bilden eine hochattraktive Zielgruppe. Sie sind jünger und gebildeter als die Gesamtbevölkerung. Sie sind nicht irgendwelche Leser, sondern vor allem Menschen, die sich durch einen großen finanziellen Spielraum und eine hohe Markenaffinität vom Bevölkerungsdurchschnitt abheben.

Der STERN wird etwas häufiger von Männern gelesen, mit einer Reichweite von 10,4% bei weiblichen Lesern übertrifft er aber die Wettbewerber im Segment der aktuellen Wochenmagazine eindrucksvoll mit der zweitgrößten Reichweite unter allen Kaufzeitschriften Deutschlands. Kurzum: Der STERN bietet Quantität bei zugleich hoher Qualität und dies zu überaus wirtschaftlichen Konditionen.

Basistitel für Markenkommunikation in Deutschland

Die Verbindung aus Leserschaftsqualität und hoher Reichweite hat aus dem STERN das gemacht, was er heute ist: *der* qualitative Basiswerbeträger unter Deutschlands Zeitschriften.

Der STERN ist dabei nicht nur die umsatzstärkste Kaufzeitschrift Deutschlands, er ist mit großem Abstand auch das meistgelesene aktuelle Wochenmagazin: ob in der Gesamtbevölkerung, bei jungen Leuten, in Entscheider- und Konsumzielgruppen oder in dem Gesellschaftlichen Leitmilieu des Sinus-Modells.