

---

# DIE BERLINER TAGESZEITUNGEN

---

---

## BASISDATEN DER BERLINER TAGESZEITUNGEN

Die Gesamtreichweite und Verbreitung der taz in Berlin	1
Die Basisdaten der Berliner 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

---

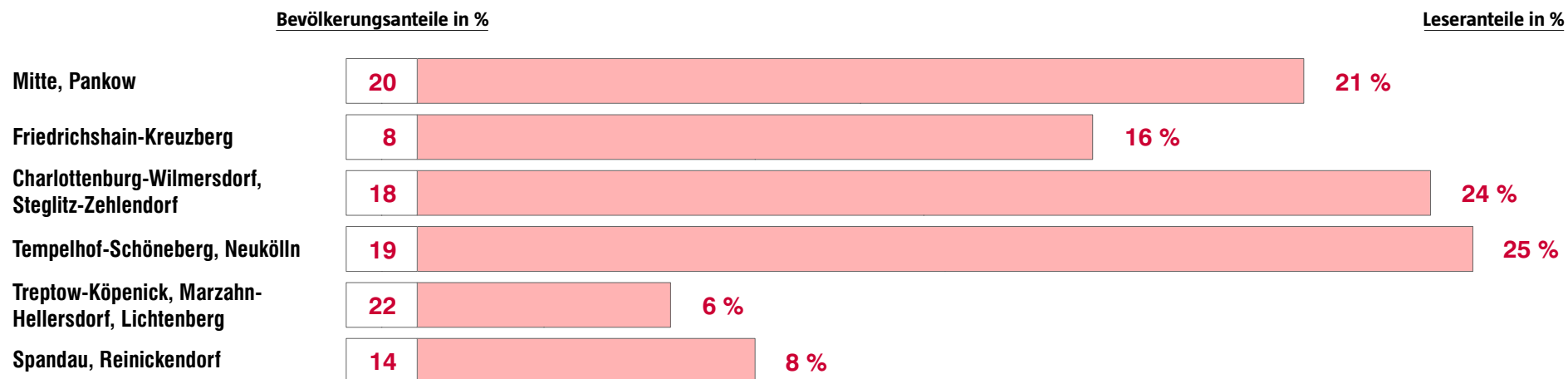
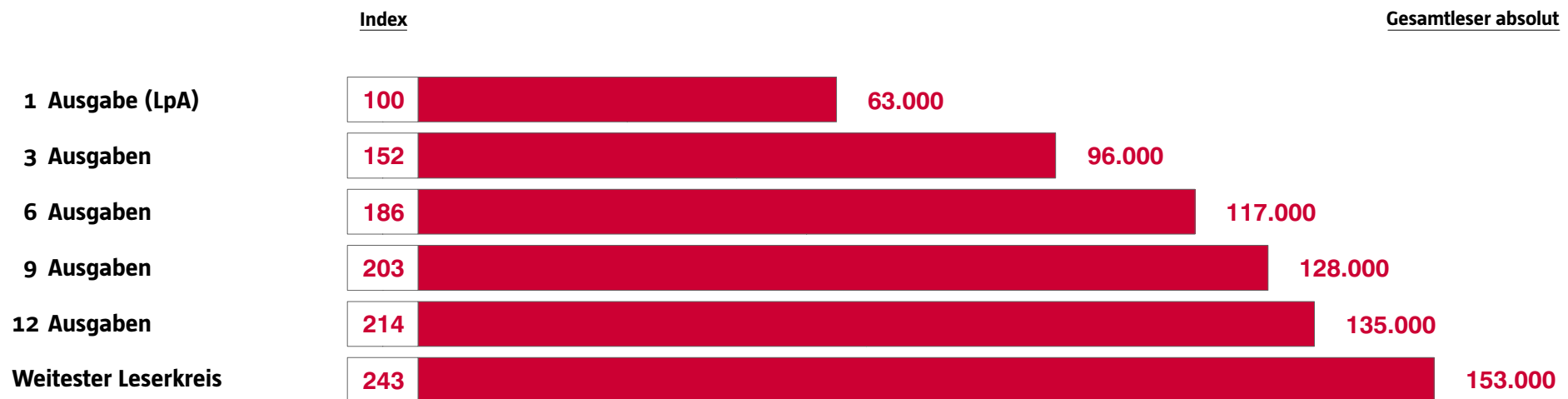
## ZUSATZDATEN IN MARKTRELEVANTEN ZIELGRUPPEN

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

Quelle: MA 2011 Tageszeitungsdatensatz

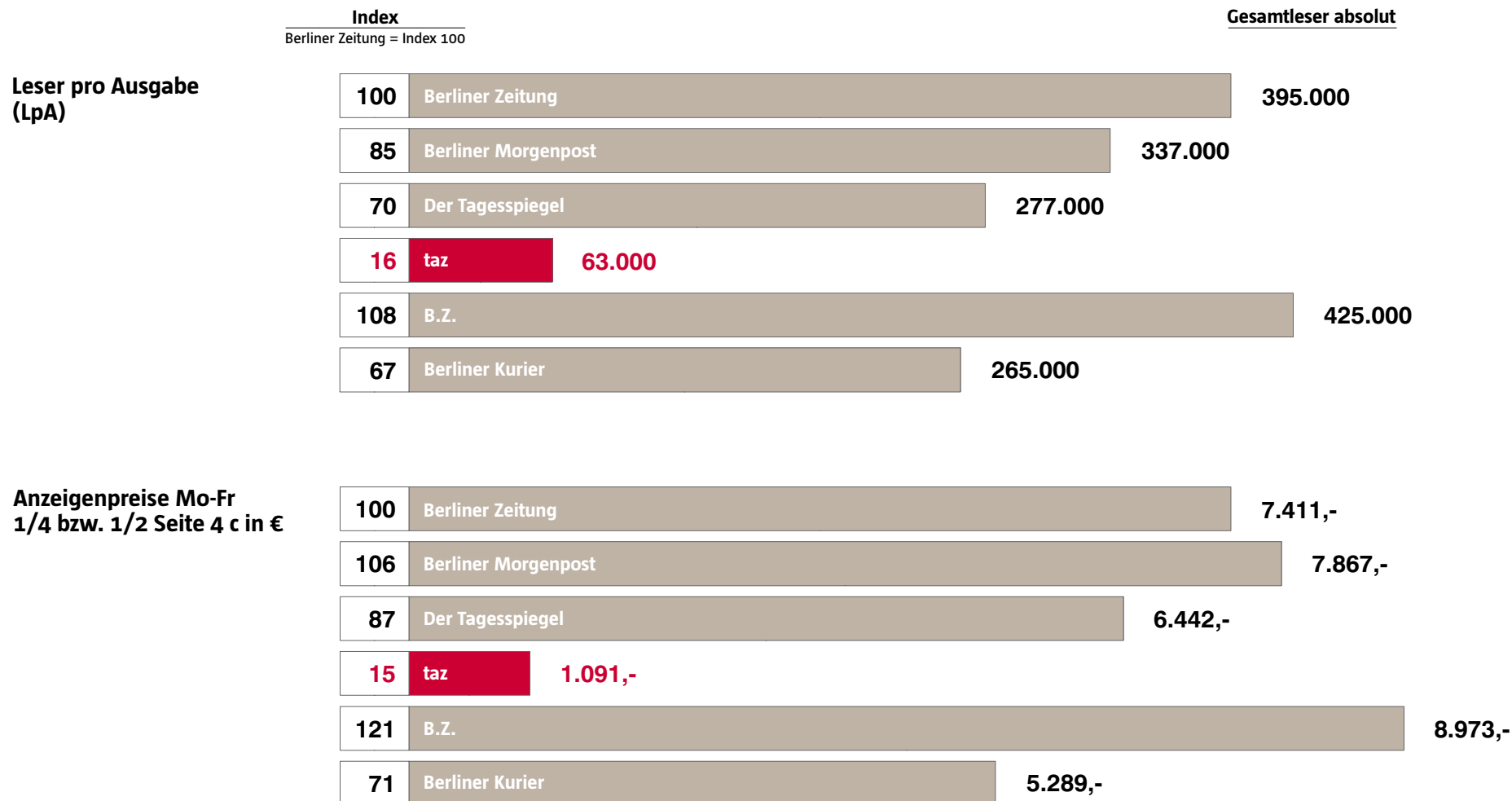
# DIE GESAMTREICHWEITE UND VERBREITUNG DER TAZ IN BERLIN

Die Gesamtreichweite der taz Berlin nach Mehrfacheinschaltung und Verbreitung nach Berliner Stadtbezirken



# DIE BASISDATEN DER BERLINER TAGESZEITUNGEN

Die Gesamtreichweiten im Stadtgebiet Berlin ab 14 Jahre (Leser pro Ausgabe) und Anzeigenpreise 1/4 bzw. 1/2 Seite 4c



---

# DER LEISTUNGSVERGLEICH

---

---

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

---

# DIE JÜNGEREN UND AKTIVEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 bzw. 14 bis 49 Jahre (Leseranteile in %, Reichweite in Tsd. und 1000-Leserpreise)

1000-Leserpreise

Leseranteile in % / abs.

**Alter 20 bis 59 Jahre**

30	Berliner Zeitung	62 % 245.000	
37	Berliner Morgenpost	63 % 212.000	
32	Der Tagesspiegel	72 % 201.000	
22	die tageszeitung	80 % 50.000	
31	B.Z.	68 % 288.000	
30	Berliner Kurier	67 % 177.000	
—	Gesamtbevölkerung	67 %	

**Alter 14 bis 49 Jahre**

38	Berliner Zeitung	49 % 195.000	
48	Berliner Morgenpost	48 % 164.000	
43	Der Tagesspiegel	54 % 151.000	
27	die tageszeitung	65 % 41.000	
39	B.Z.	54 % 228.000	
37	Berliner Kurier	55 % 145.000	
—	Gesamtbevölkerung	58 %	

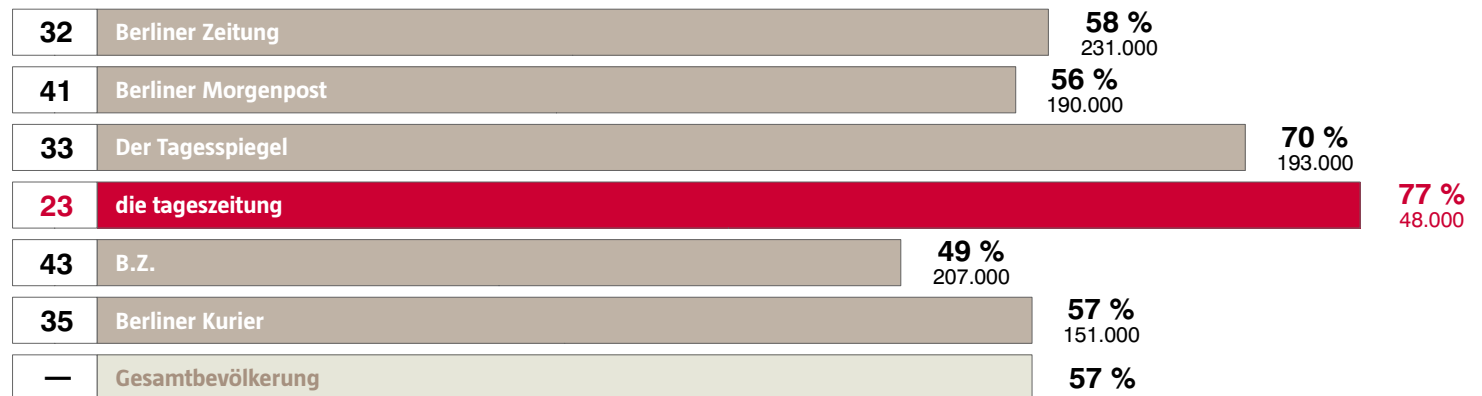
# DIE JÜNGEREN UND GEBILDETEN ZIELGRUPPEN

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

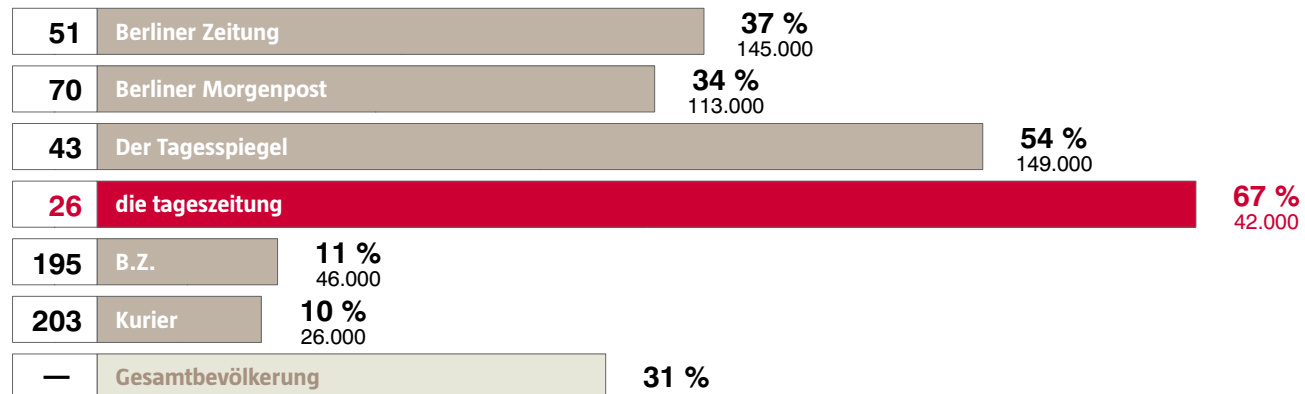
1000-Leserpreise

Leseranteile in % / abs.

Alter 20 bis 59 Jahre  
mit mindestens mittlerer  
Schulbildung



Alter 20 bis 59 Jahre  
mit Abitur / Studium



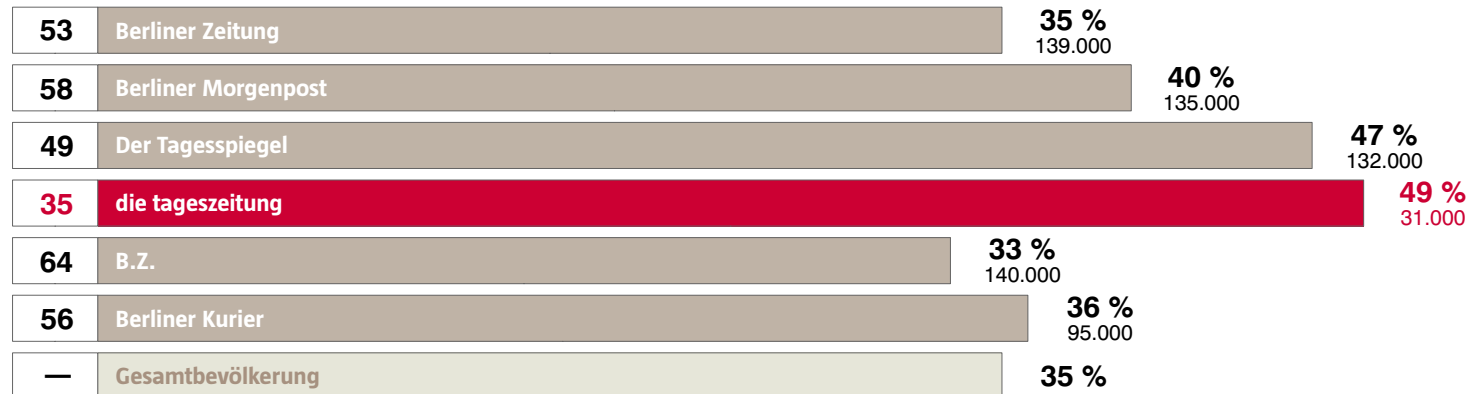
# DIE JÜNGEREN UND KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPEN

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

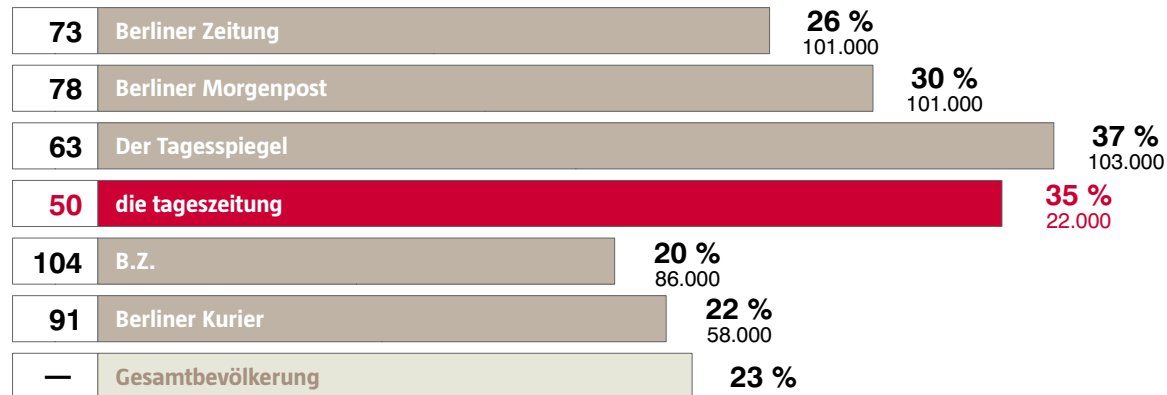
1000-Leserpreise

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



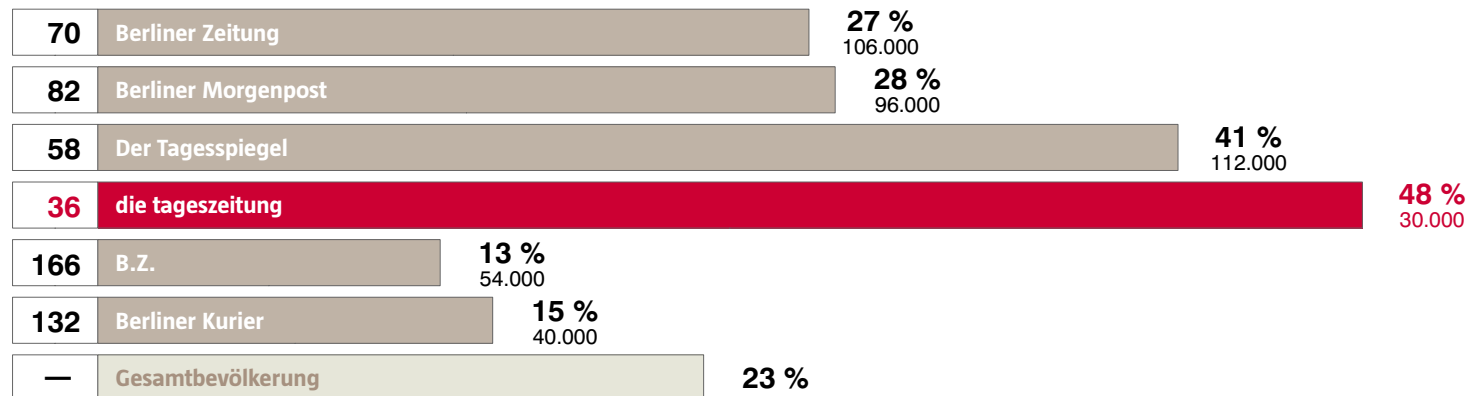
# DIE JÜNGEREN ENTSCHEIDER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

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

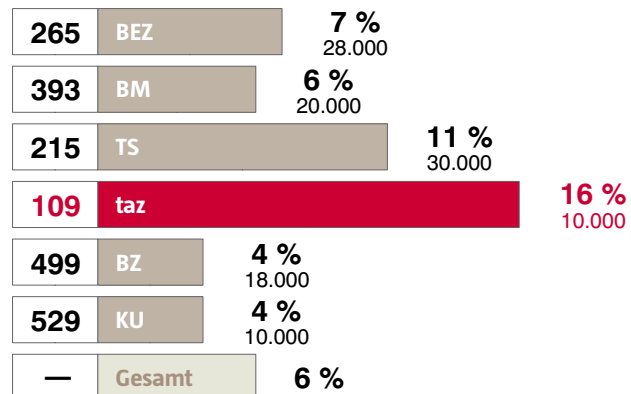
1000-Leserpreise

Leseranteile in % / abs.

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



Selbständige, Freiberufler  
Alter 20 bis 59 Jahre



---

# ZUSATZINFORMATIONEN

---

---

## WERBERELEVANTE ZIELGRUPPEN IM ALTER 20 BIS 59 JAHRE

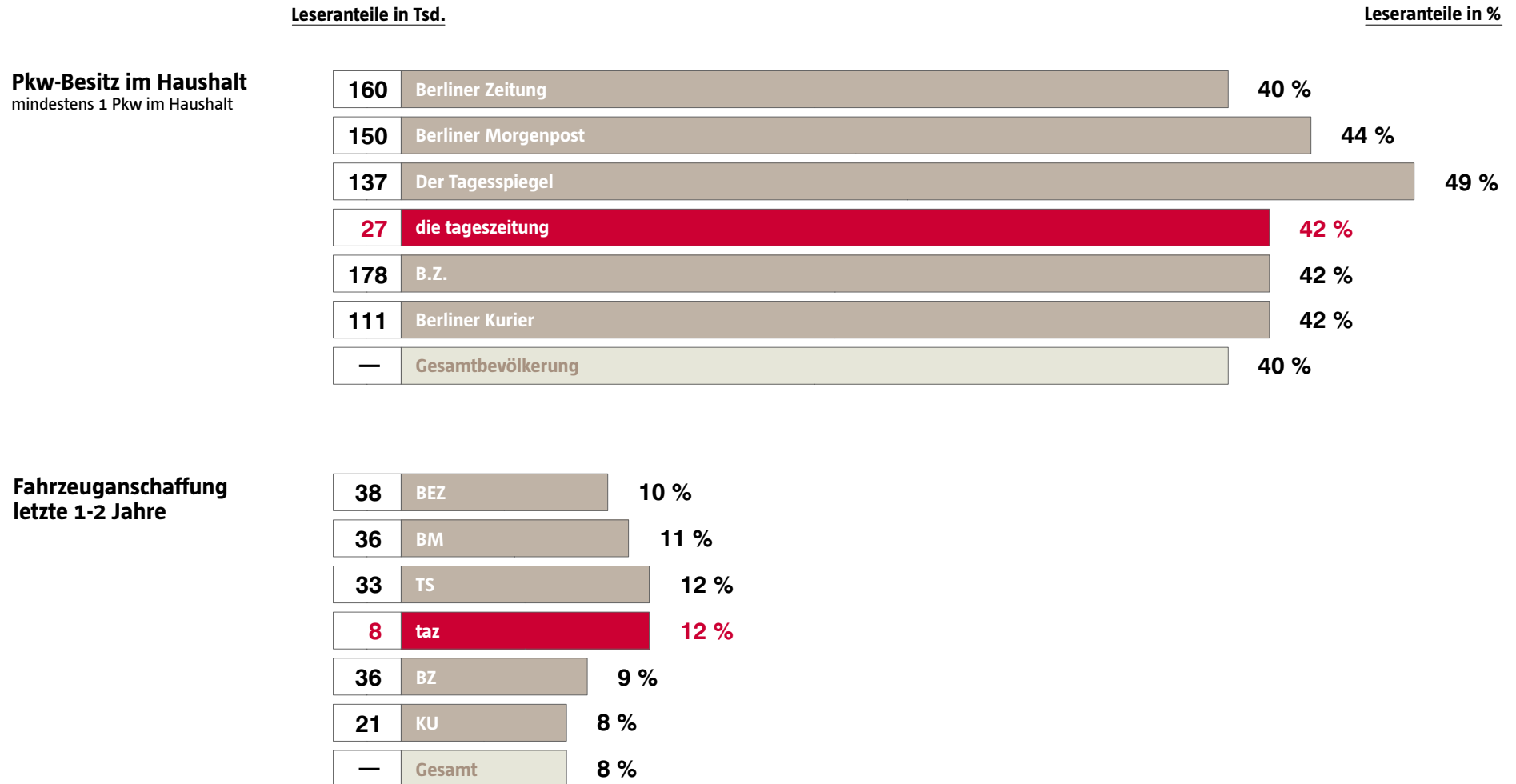
---

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

---

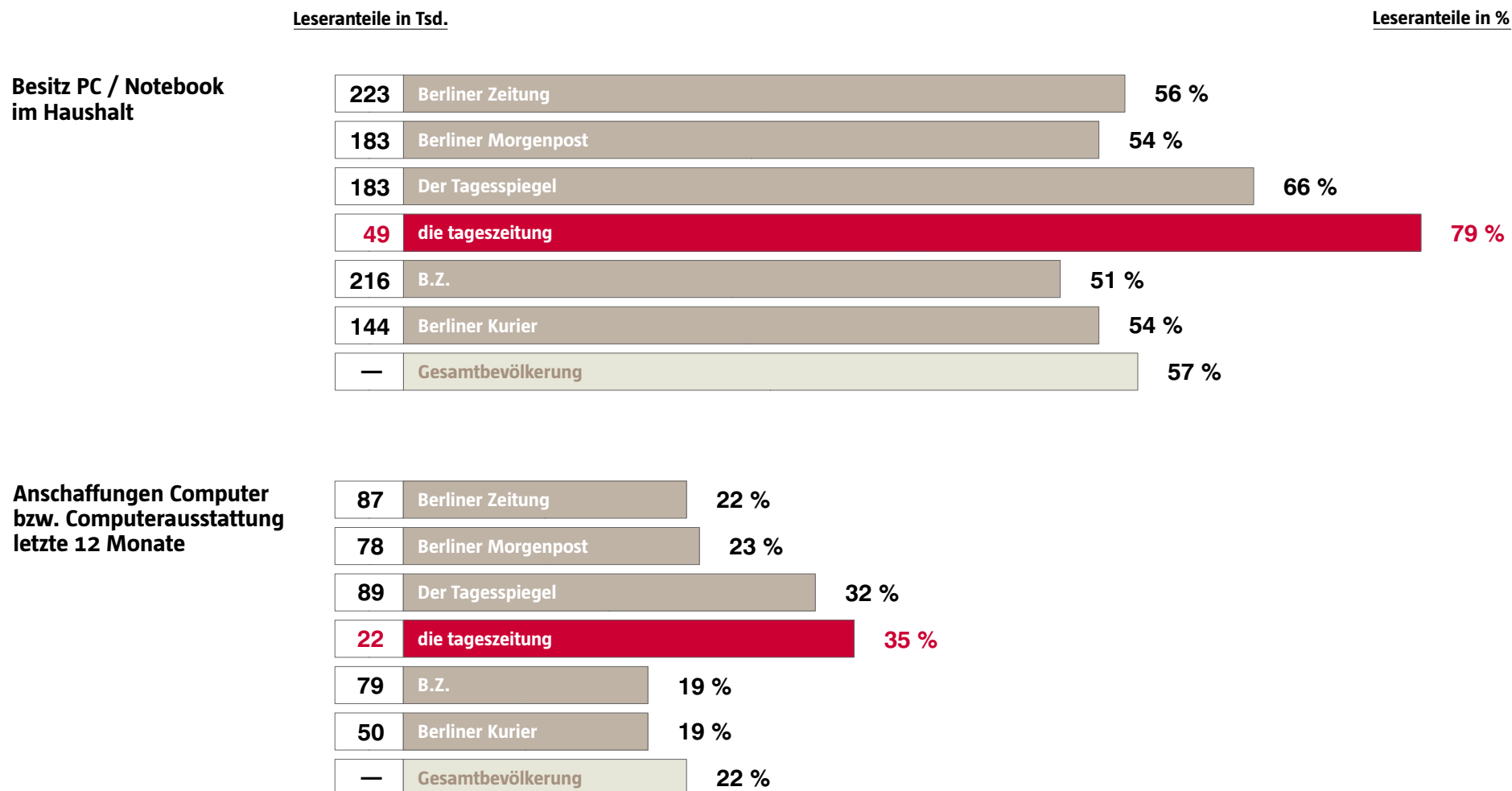
# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR PKW-ANSCHAFFUNGEN

Pkw-Besitz im Haushalt und Fahrzeuganschaffung letzte 1-2 Jahre – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR COMPUTER / -AUSSTATTUNG

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



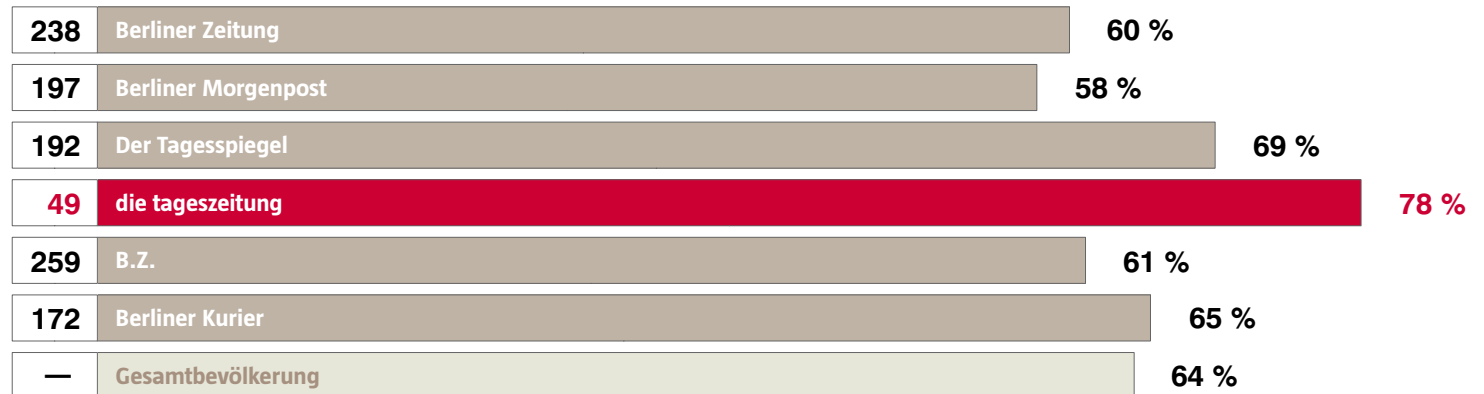
# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

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

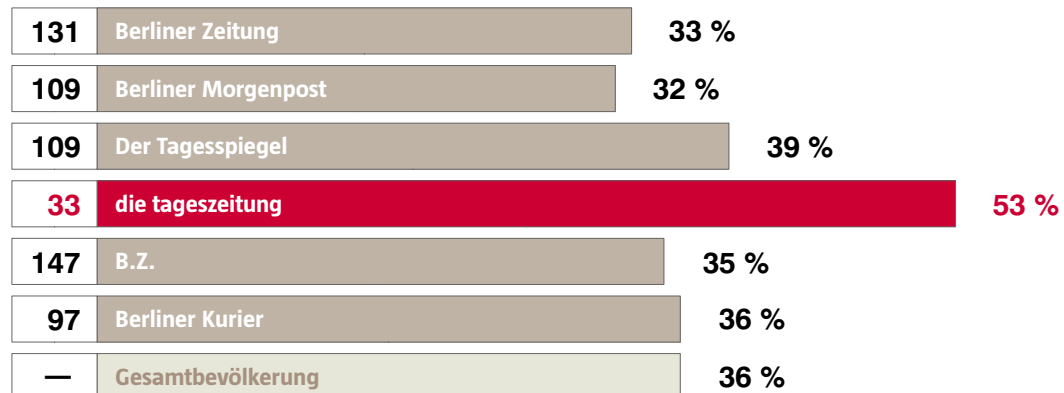
Leseranteile in Tsd.

Leseranteile in %

**Handy**

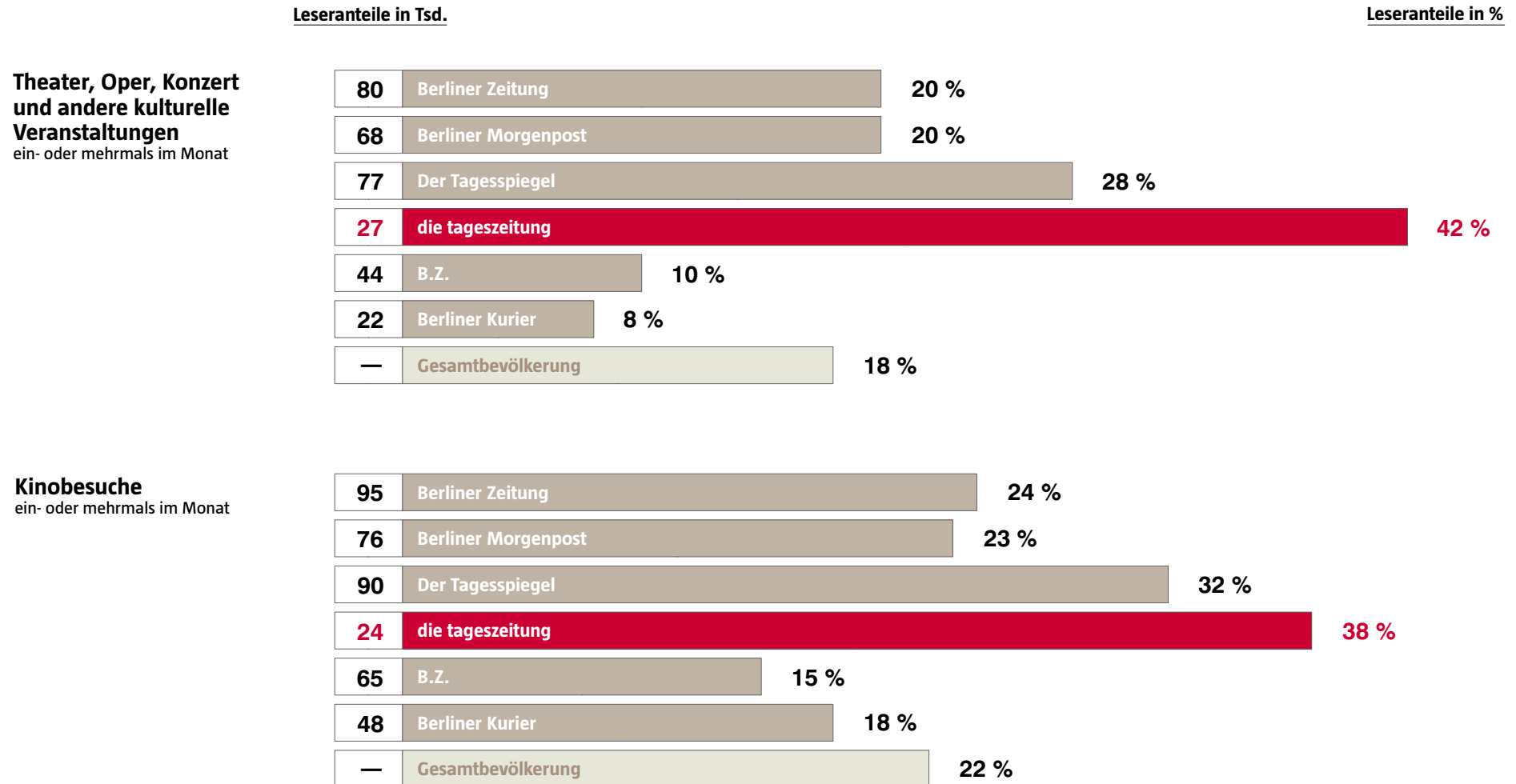


**MP3-Player**



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR KINO, THEATER, OPER, KONZERT

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



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR MUSIK UND LITERATUR

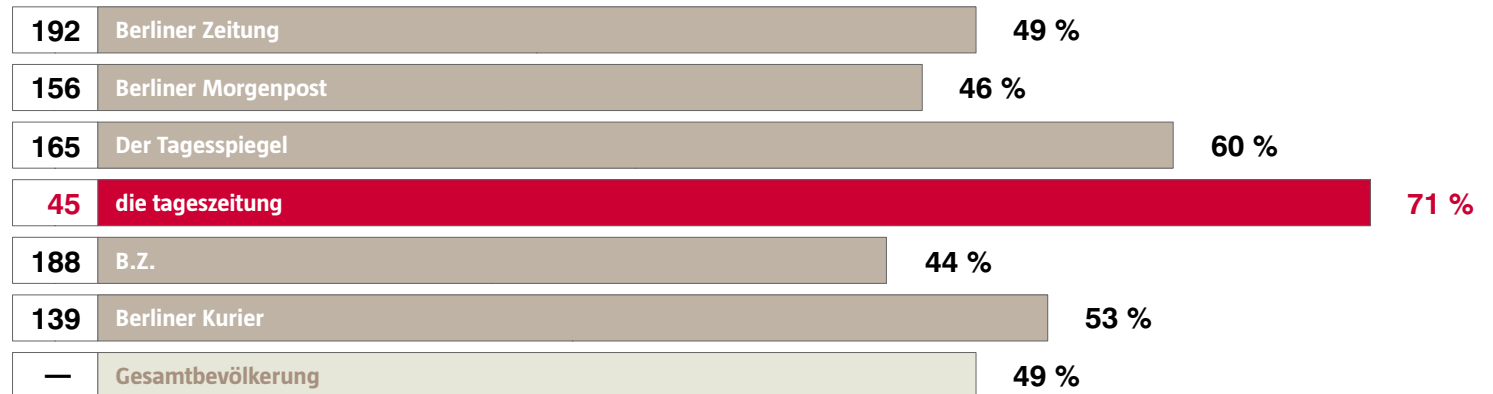
Freizeitaktivitäten: CDs, Schallplatten, Cassetten hören bzw. Bücher lesen – Altersgruppe 20 bis 59 Jahre

Leseranteile in Tsd.

Leseranteile in %

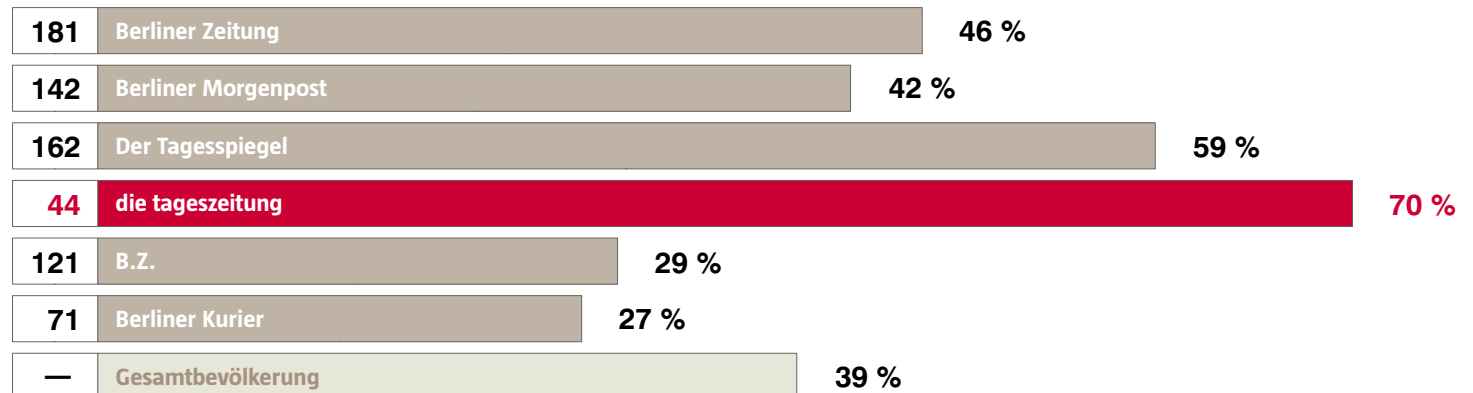
## Musik hören

mehrmals in der Woche / im Monat



## Bücher lesen

mehrmals in der Woche / im Monat



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR URLAUBSREISEN

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

