
DIE TAZ IM INTRAMEDIA-VERGLEICH

BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

| | |
|---|---|
| Die Gesamtreichweite und Verbreitung der taz national | 1 |
| Die Basisdaten der überregionalen Tageszeitungen | 2 |

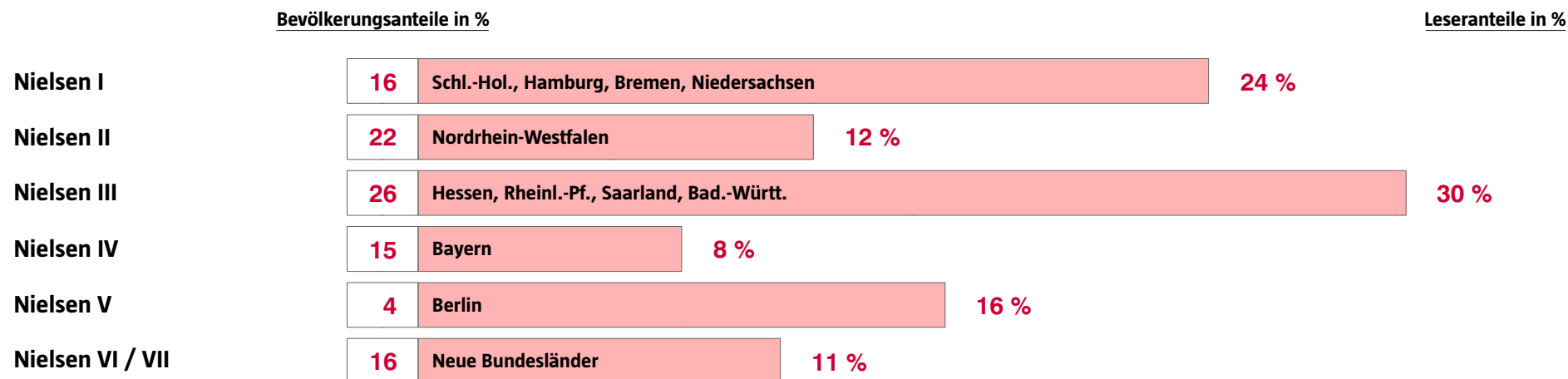
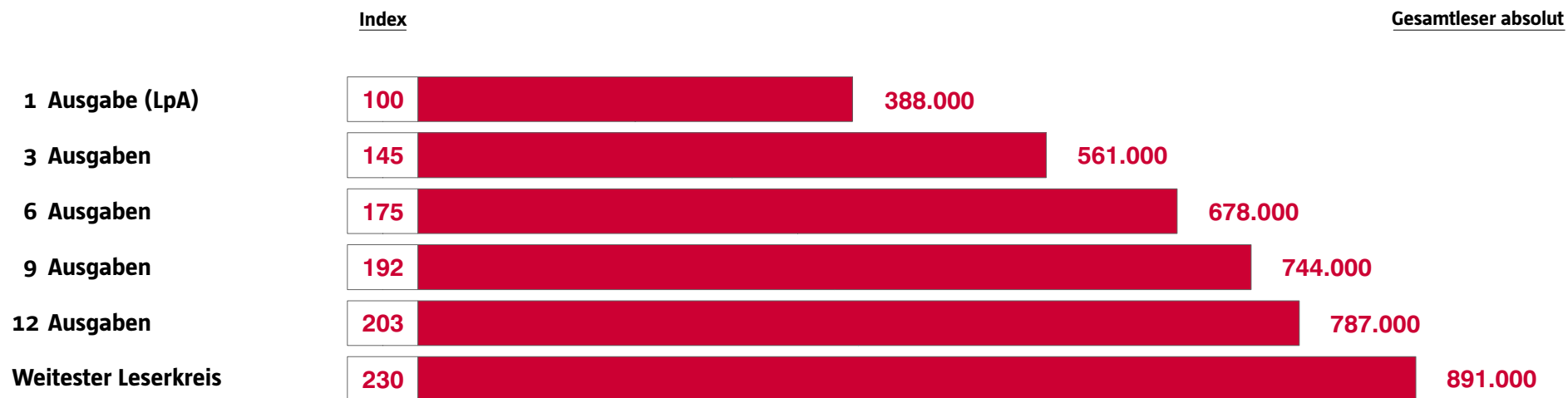
ZEITUNGSGATTUNGEN IN DEN JÜNGEREN TOP-ZIELGRUPPEN

| | |
|---|---|
| Die jüngeren und aktiven Zielgruppen | 3 |
| Die jüngeren und kaufkräftigen Zielgruppen | 4 |
| Die jüngeren und gebildeten Zielgruppen | 5 |
| Die jüngeren Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung | 6 |

Quelle: MA 2011

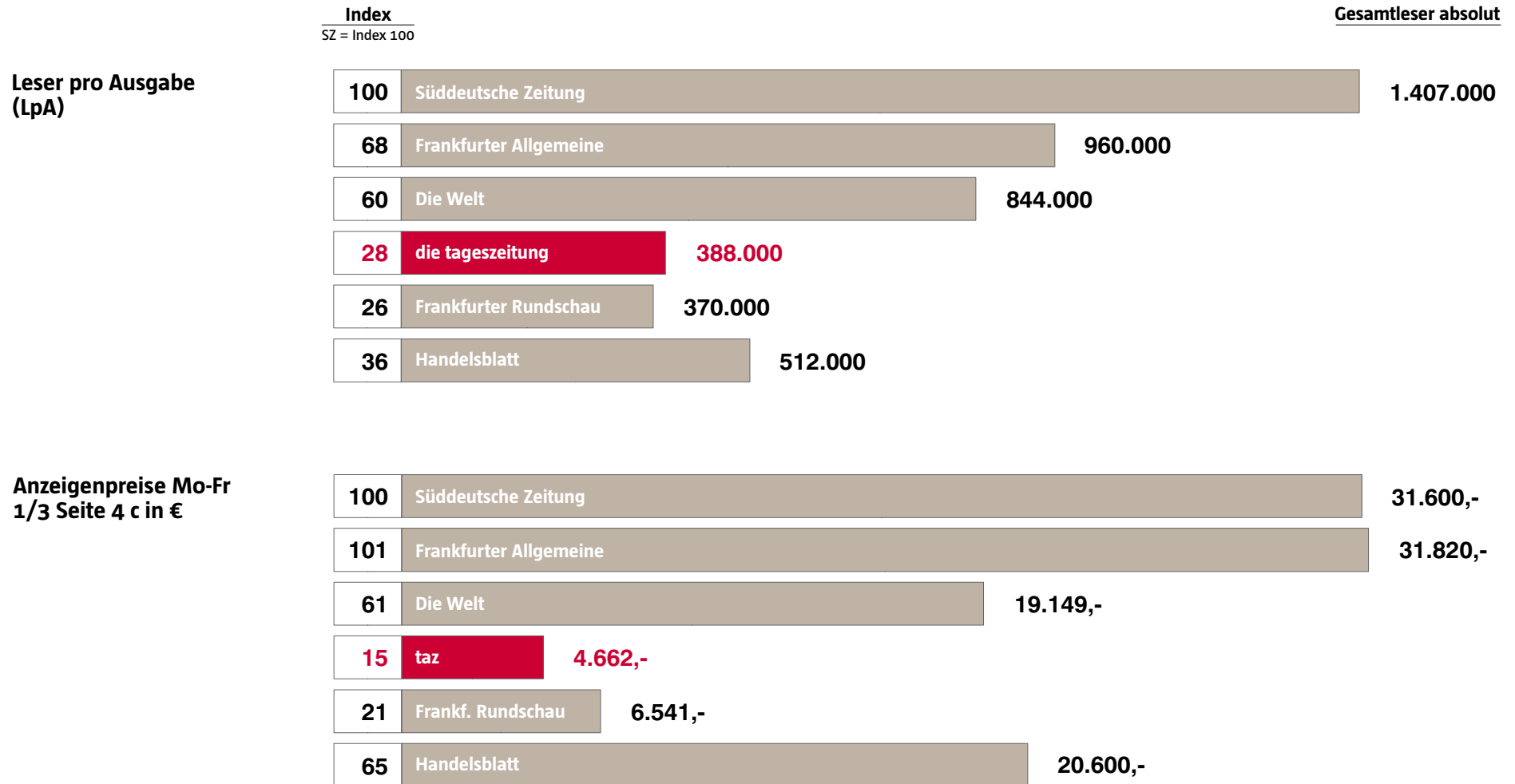
DIE GESAMTREICHWEITE UND VERBREITUNG DER TAZ NATIONAL

Die Gesamtreichweiten nach Mehrfacheinschaltung und Verbreitung nach Nielsen-Gebieten und Bundesländern



DIE BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

Die Gesamtreichweiten national ab 14 Jahre (Leser pro Ausgabe) und Anzeigenpreise 1/3 Seite 4c

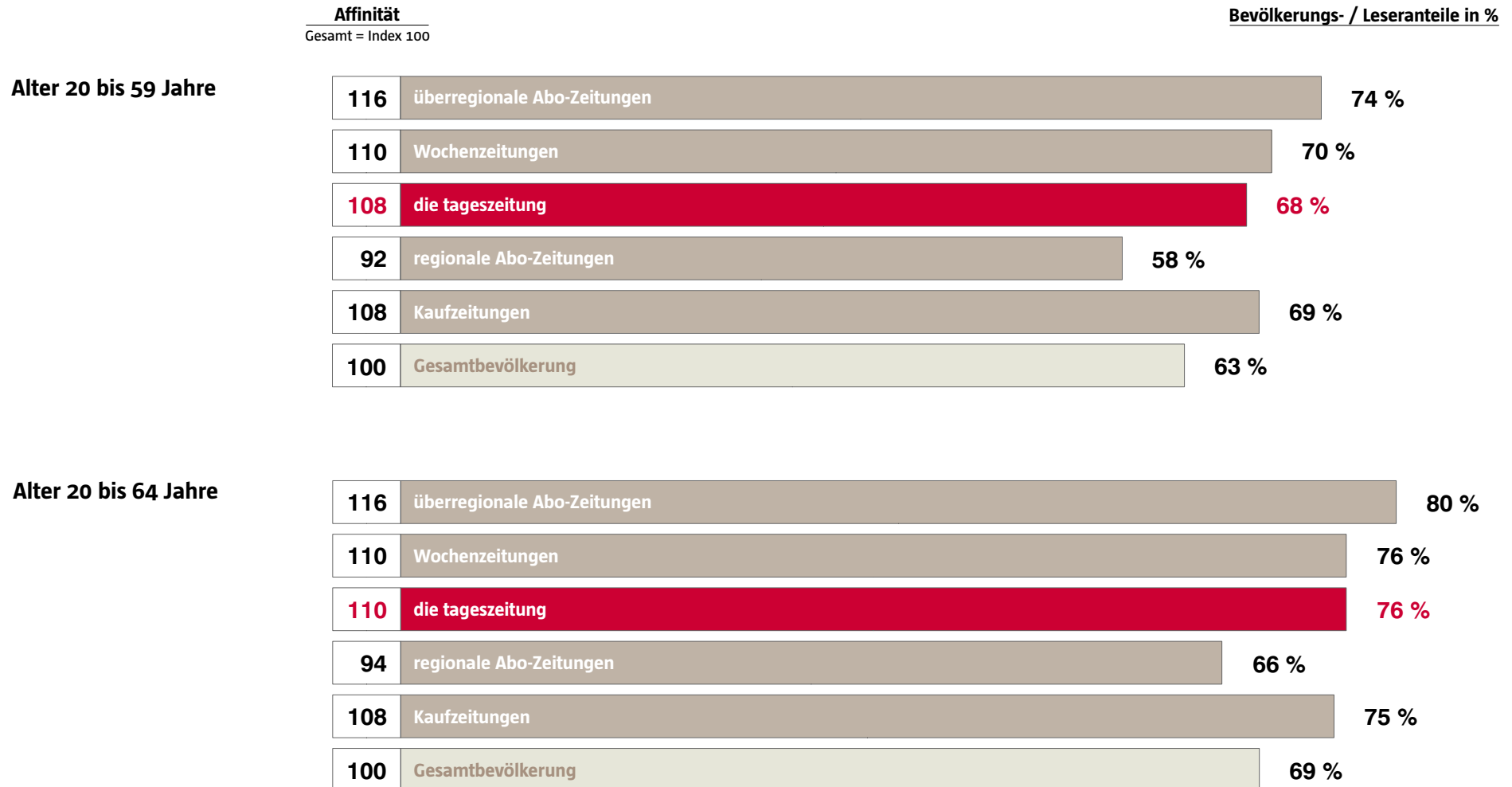


DIE ZEITUNGSGATTUNGEN IM VERGLEICH

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

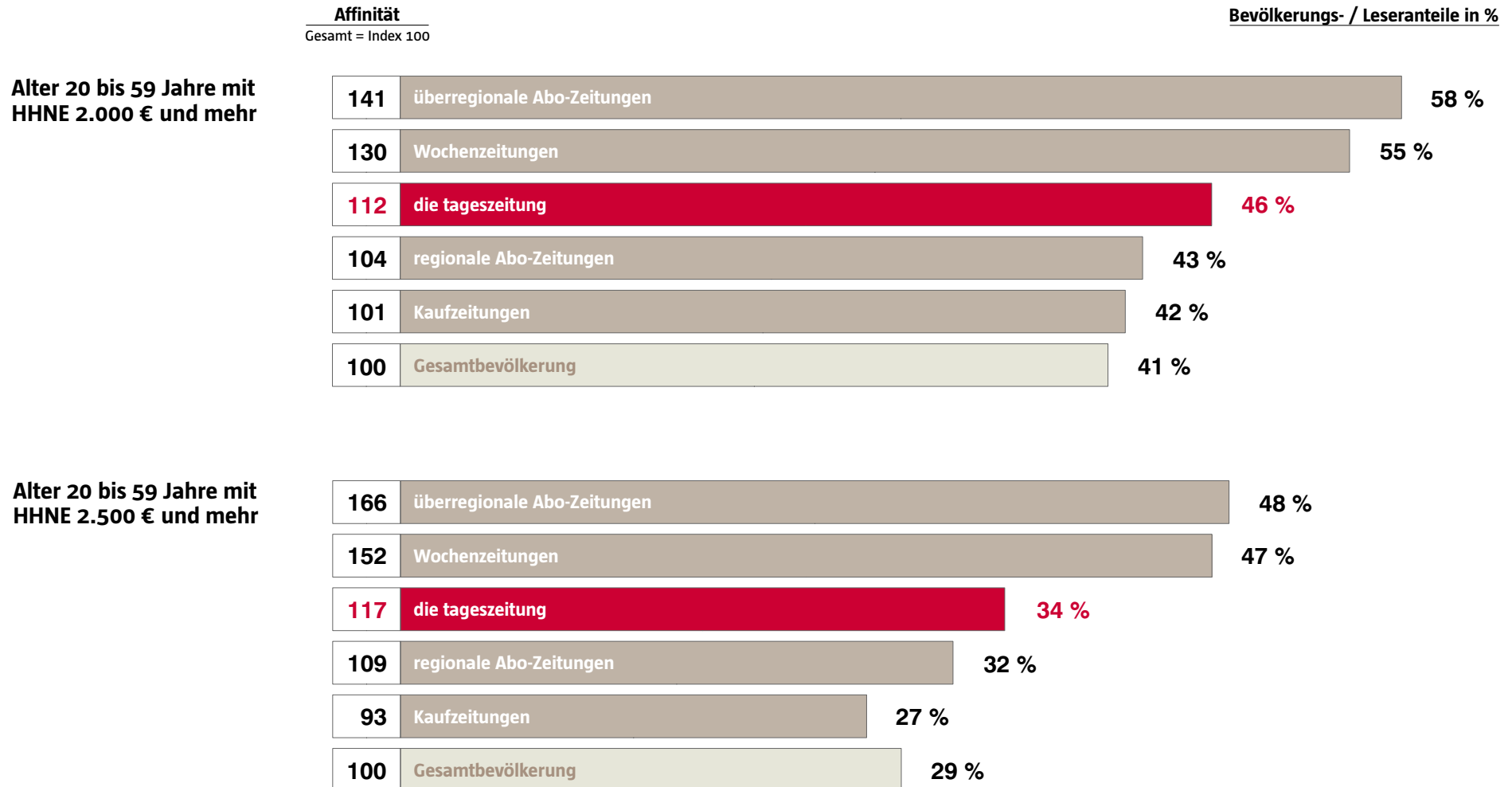
DIE JÜNGEREN UND AKTIVEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 bzw. 20 bis 64 Jahre – Leseranteile in % und Affinitätsindex (Gesamtbevölkerung = Index 100)



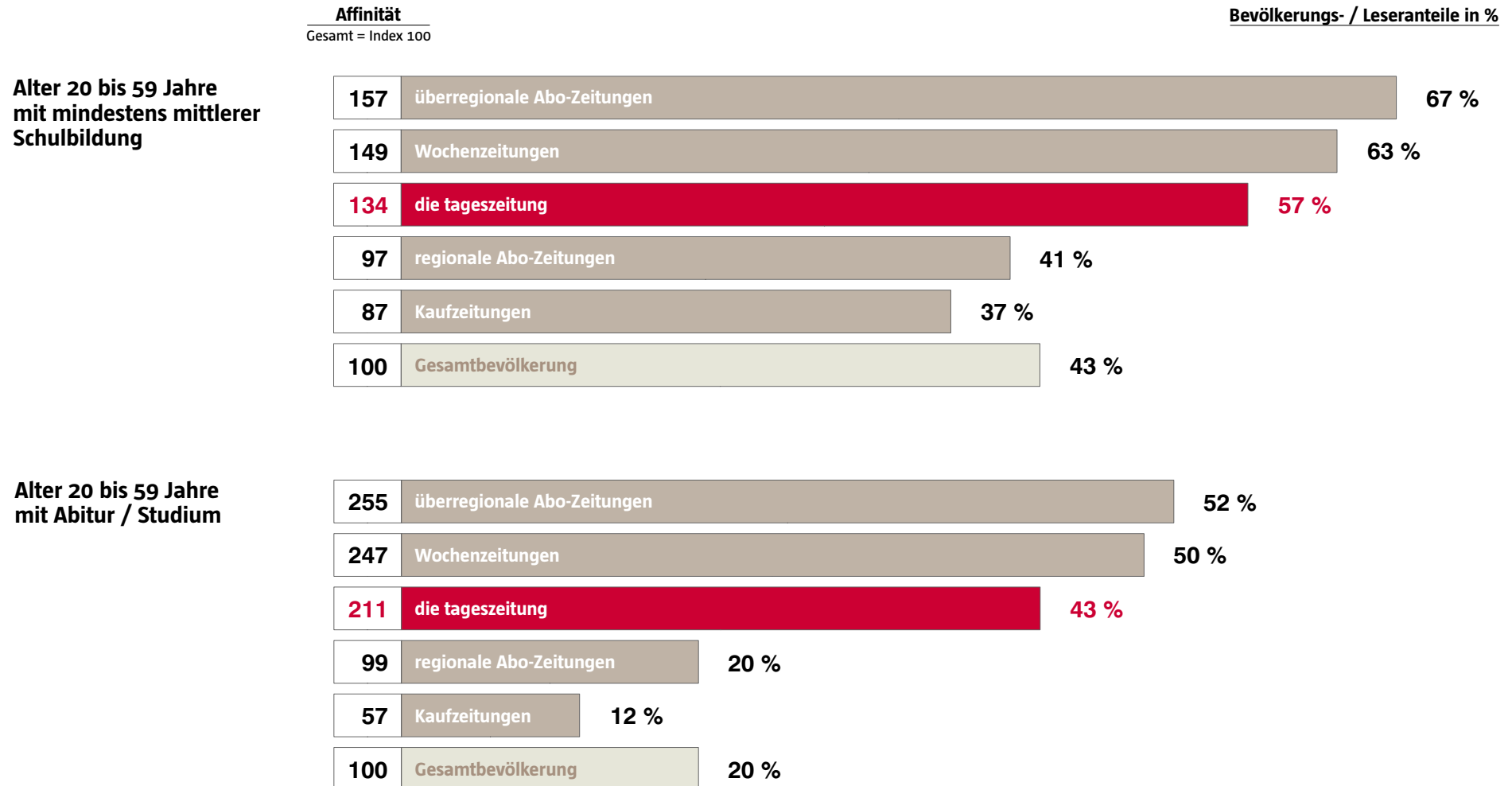
DIE JÜNGEREN UND KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPEN

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



DIE JÜNGEREN UND GEBILDETEN ZIELGRUPPEN

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



DIE JÜNGEREN ENTSCHEIDER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

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

