

---

# DIE ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

---

---

## BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

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

---

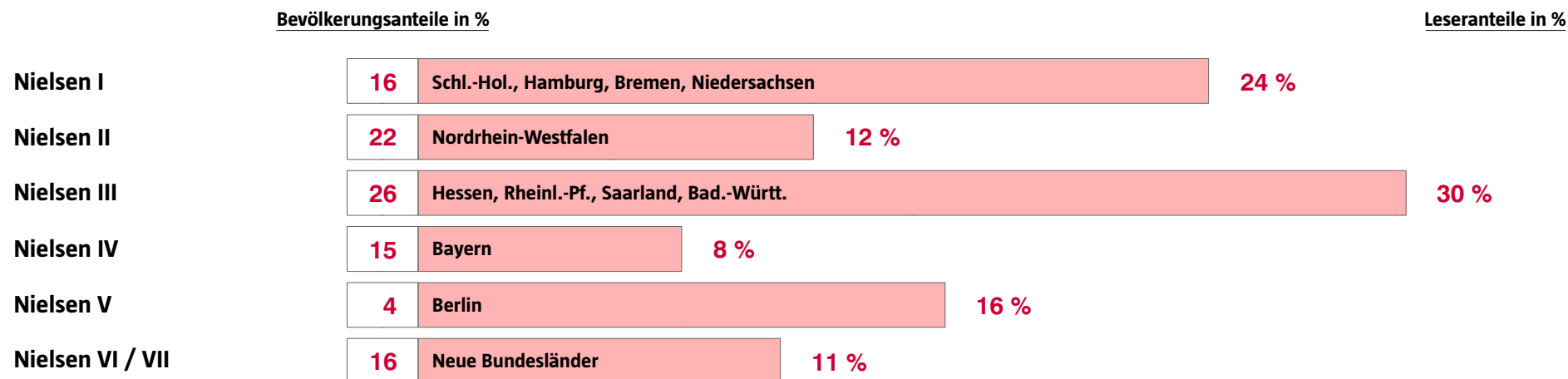
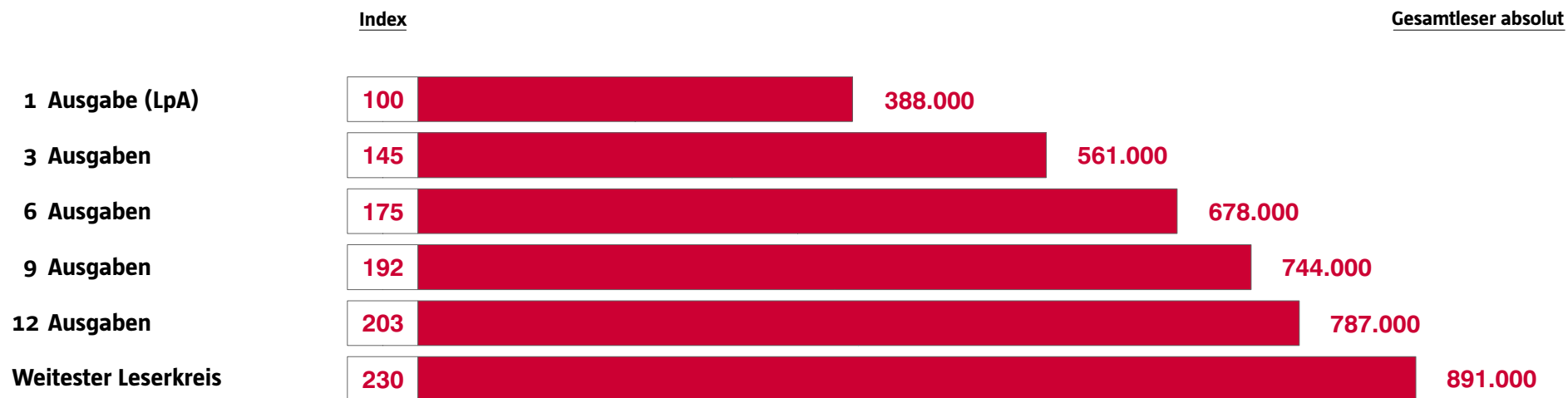
## ZUSATZDATEN IN MARKTRELEVANTEN ZIELGRUPPEN

|   |    |
|---|----|
| 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

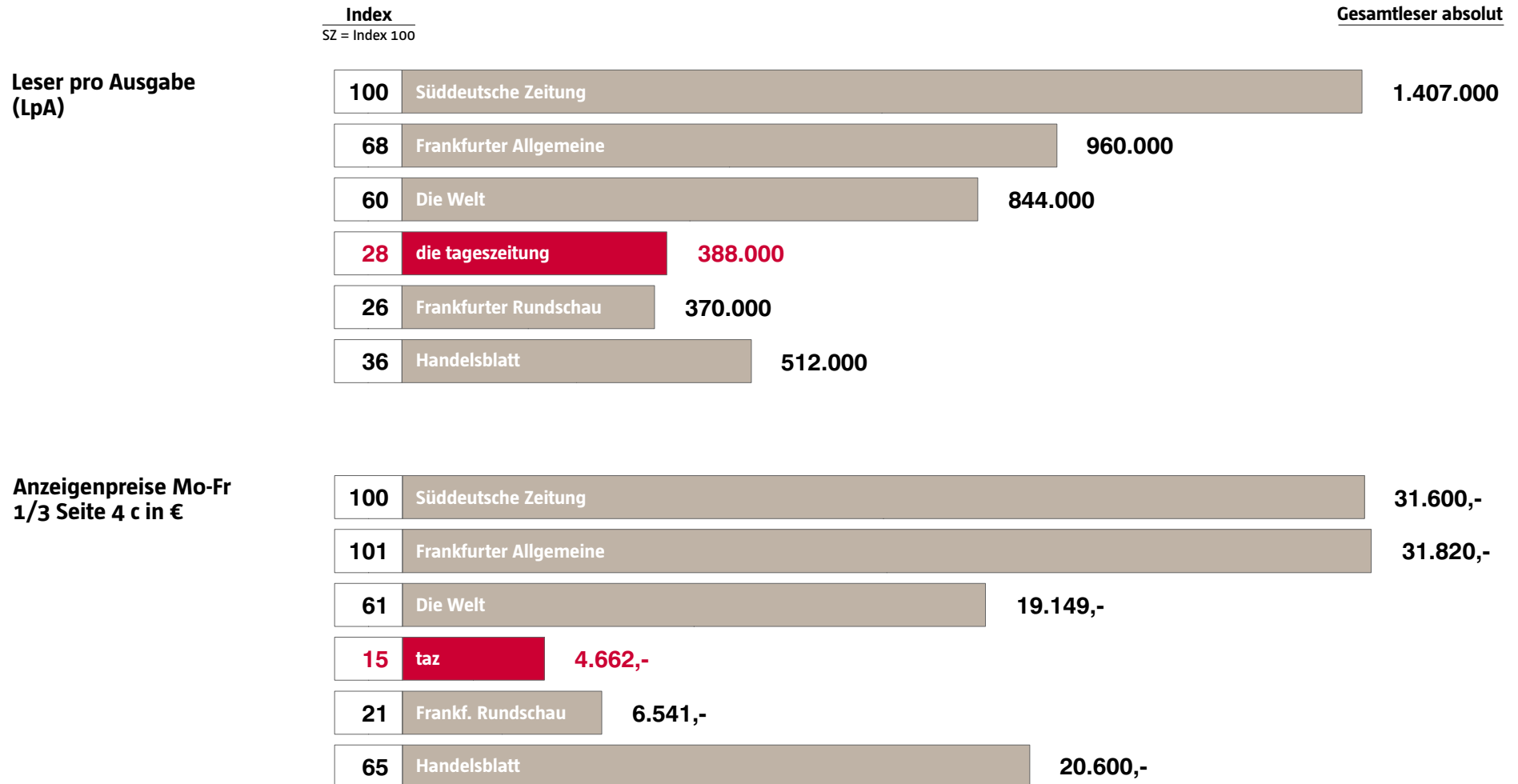
# DIE GESAMTREICHWEITE UND VERBREITUNG DER TAZ NATIONAL

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



---

# DER LEISTUNGSVERGLEICH

---

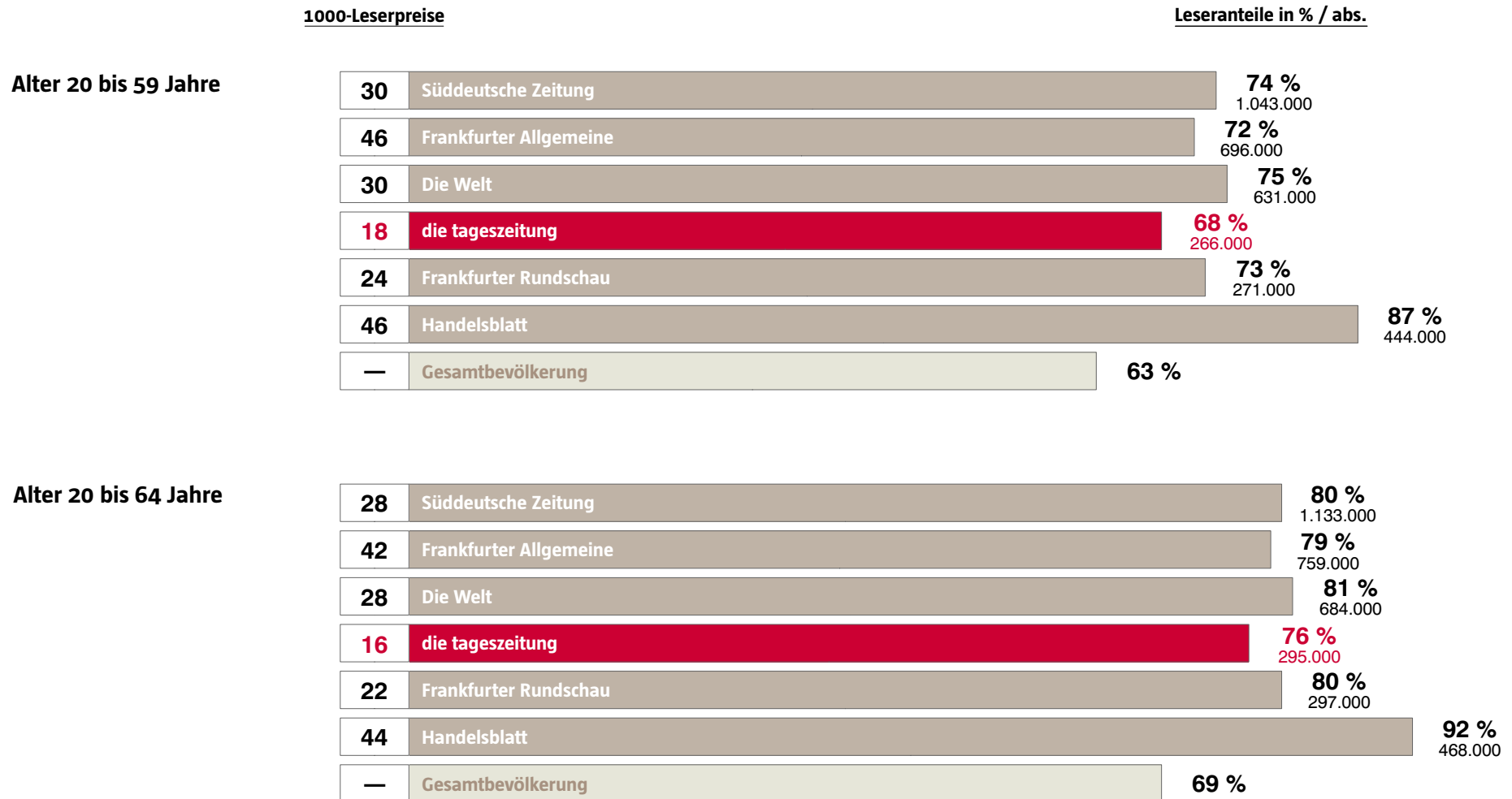
---

|  |          |
|--|----------|
| <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> |

---

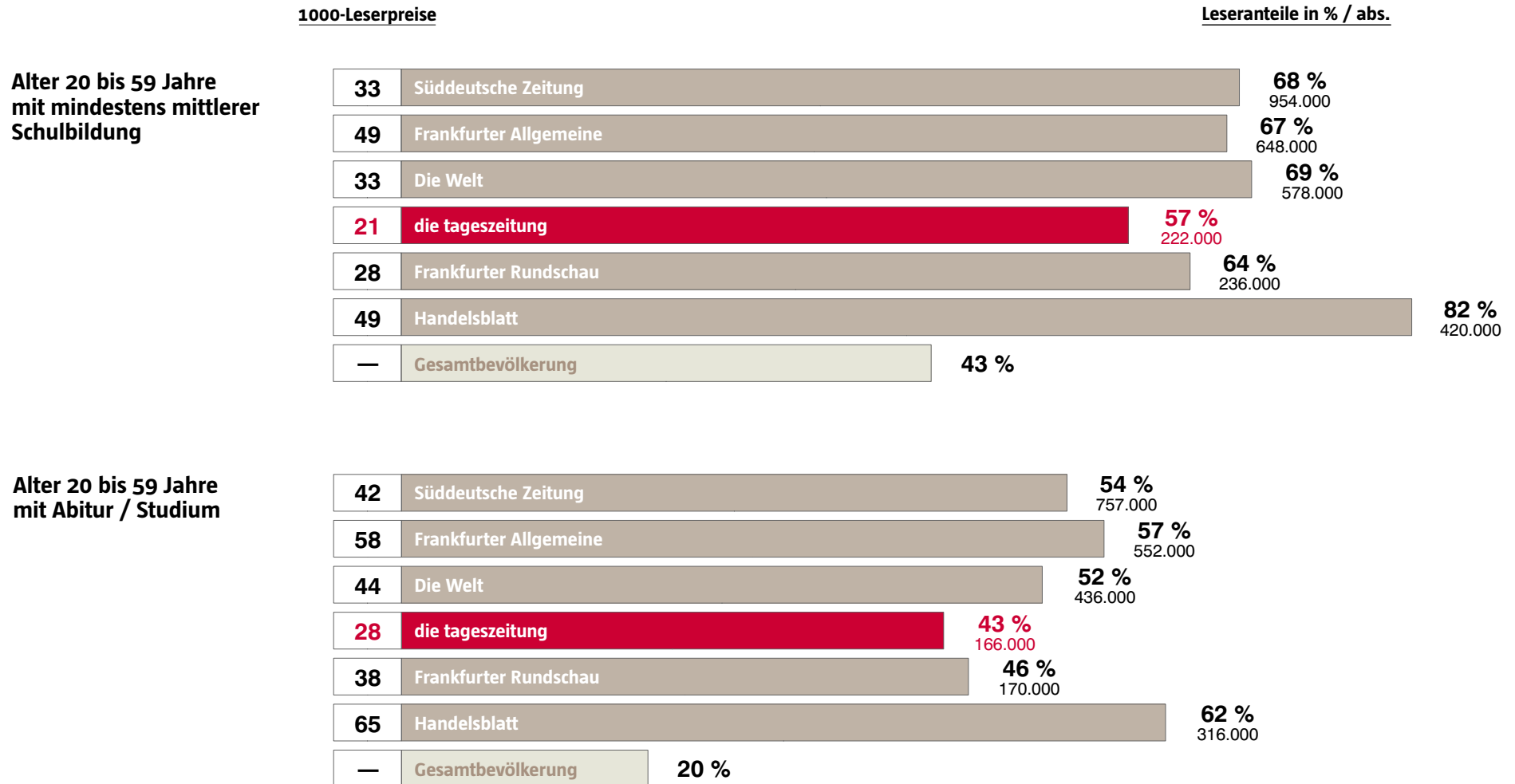
# DIE JÜNGEREN UND AKTIVEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 bzw. 20 bis 64 Jahre (Leseranteile in %, Reichweite in Tsd. und 1000-Leserpreise)



# DIE JÜNGEREN UND GEBILDETEN ZIELGRUPPEN

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



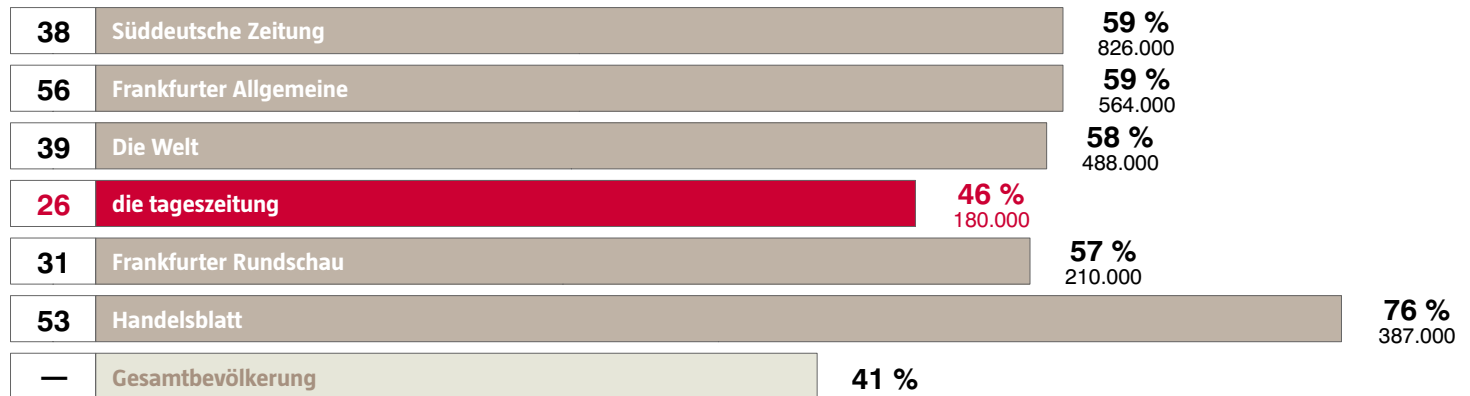
# DIE JÜNGEREN UND KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPEN

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

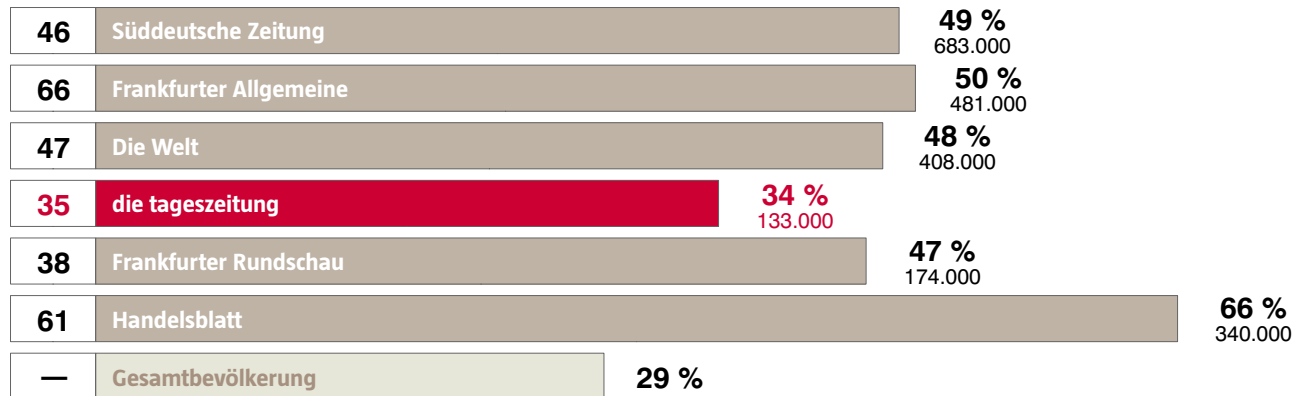
1000-Leserpreise

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



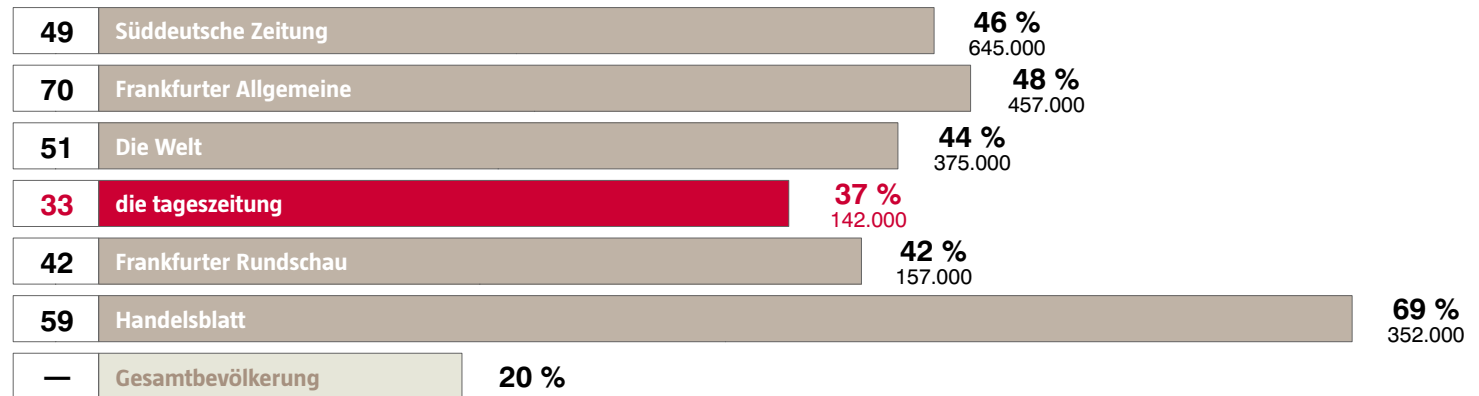
# DIE JÜNGEREN ENTSCHEIDER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

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

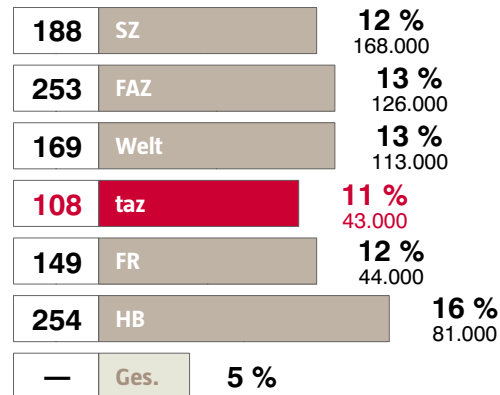
1000-Leserpreise

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

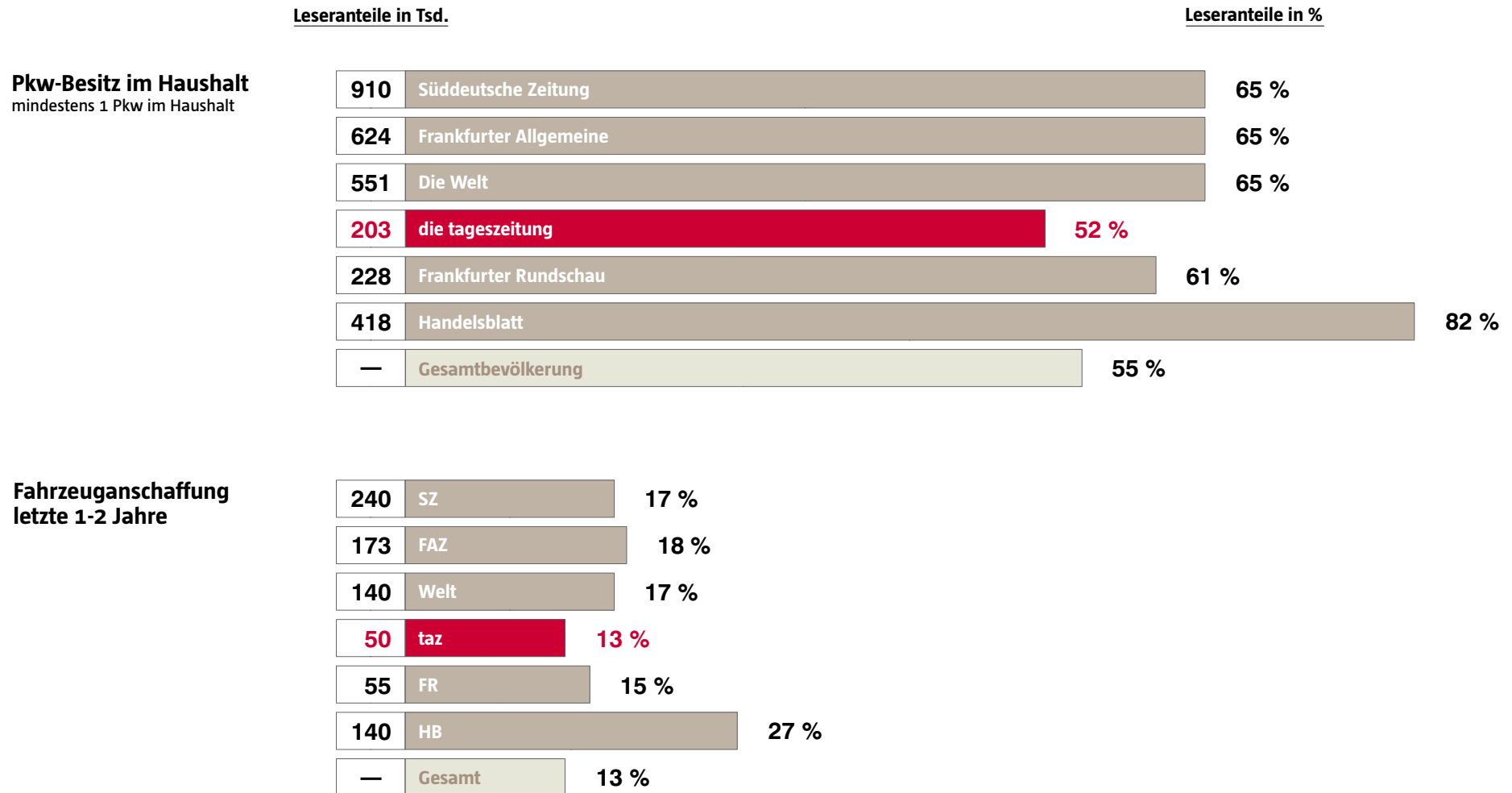
---

|   |           |
|---|-----------|
| <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> |

---

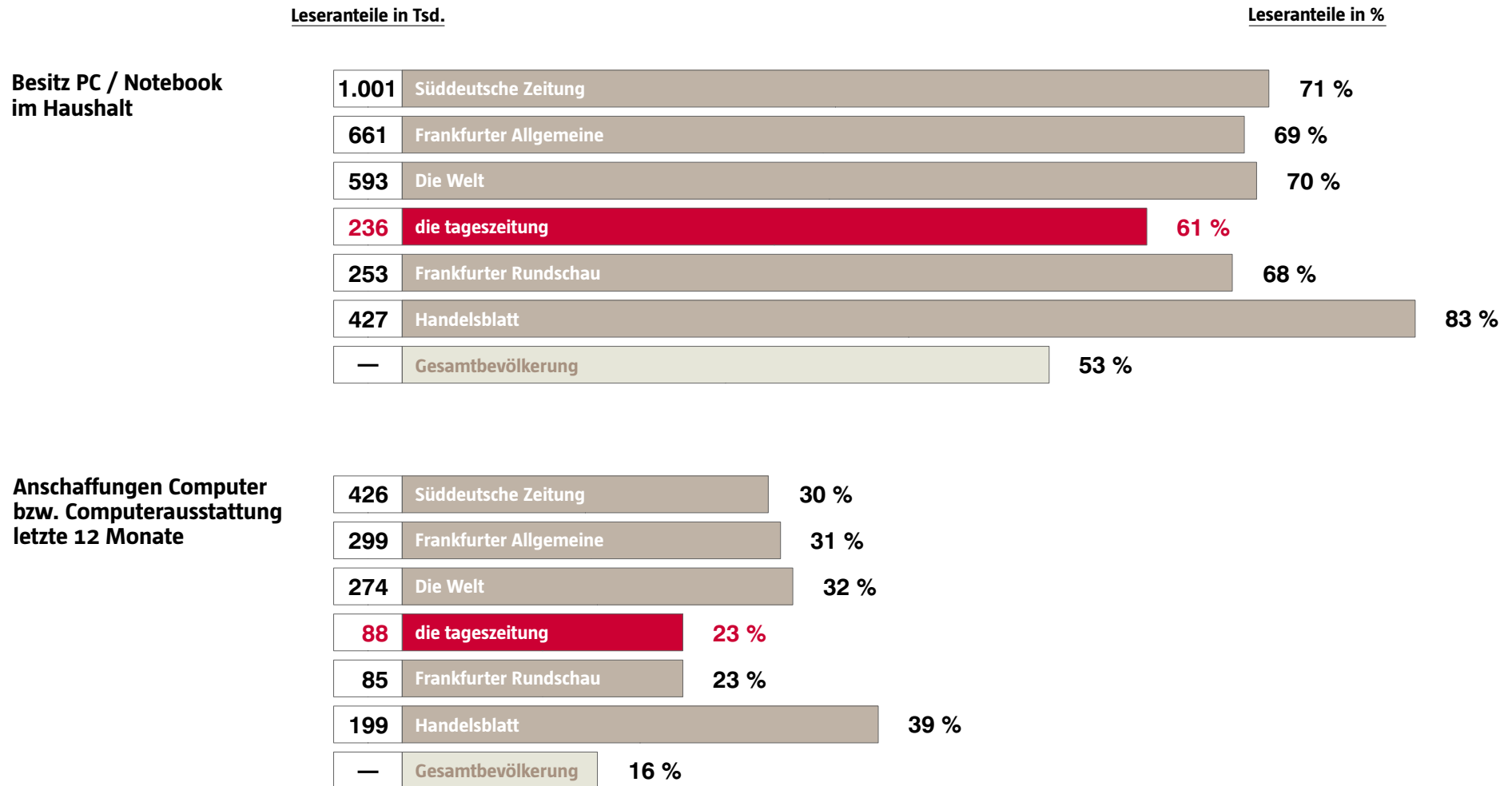
# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR PKW-ANSCHAFFUNGEN

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



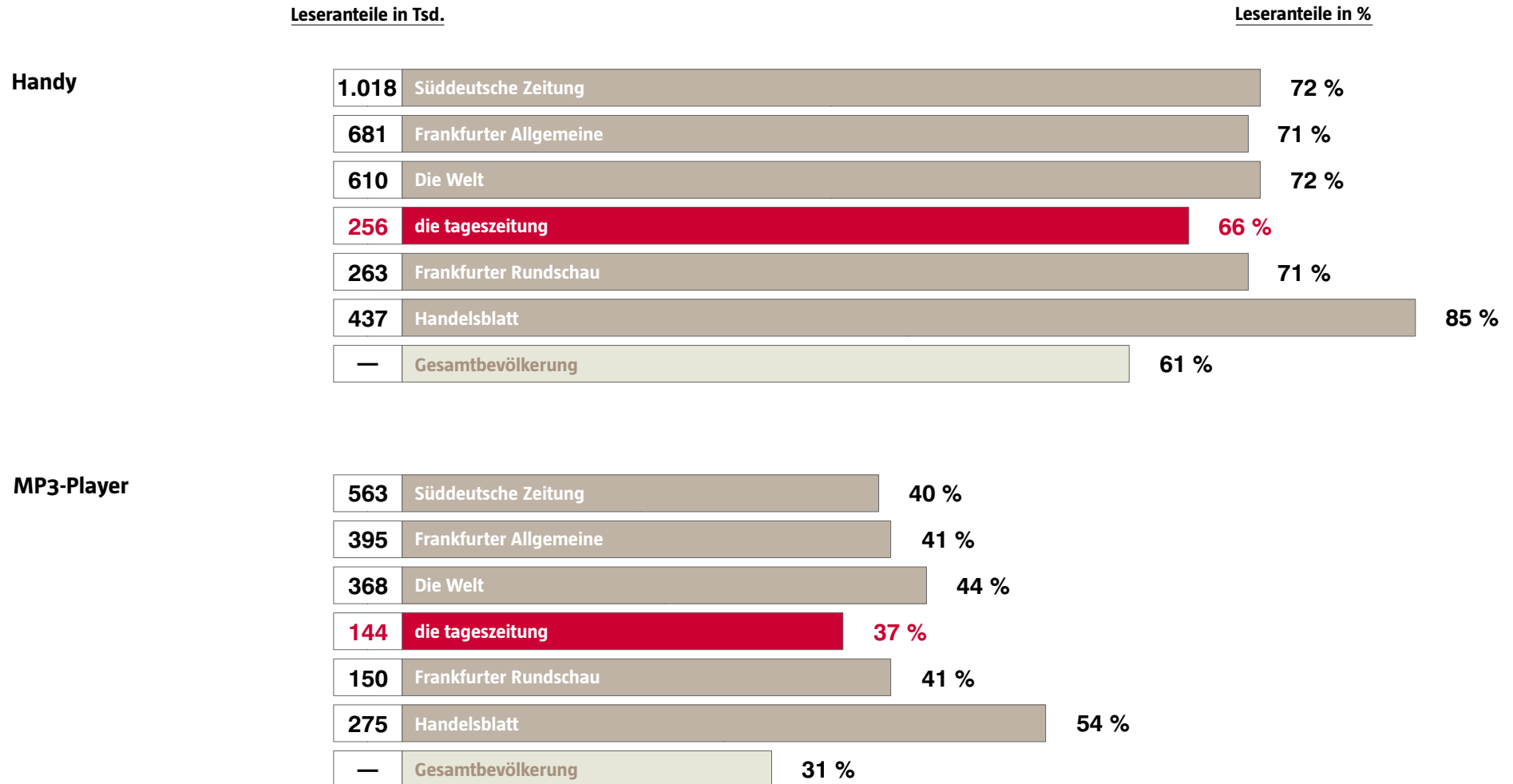
# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR COMPUTER / -AUSSTATTUNG

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



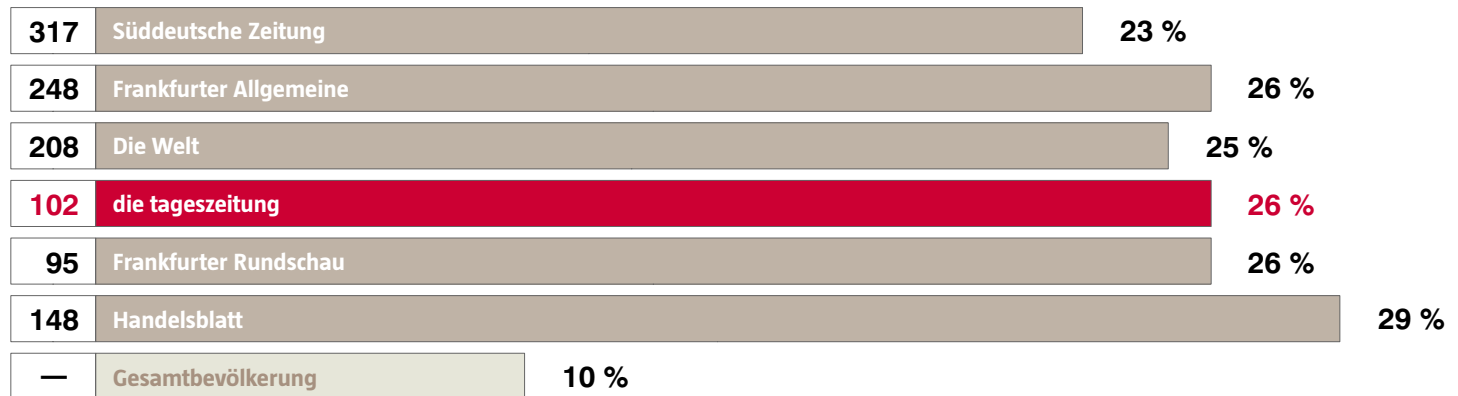
# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR KINO, THEATER, OPER, KONZERT

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

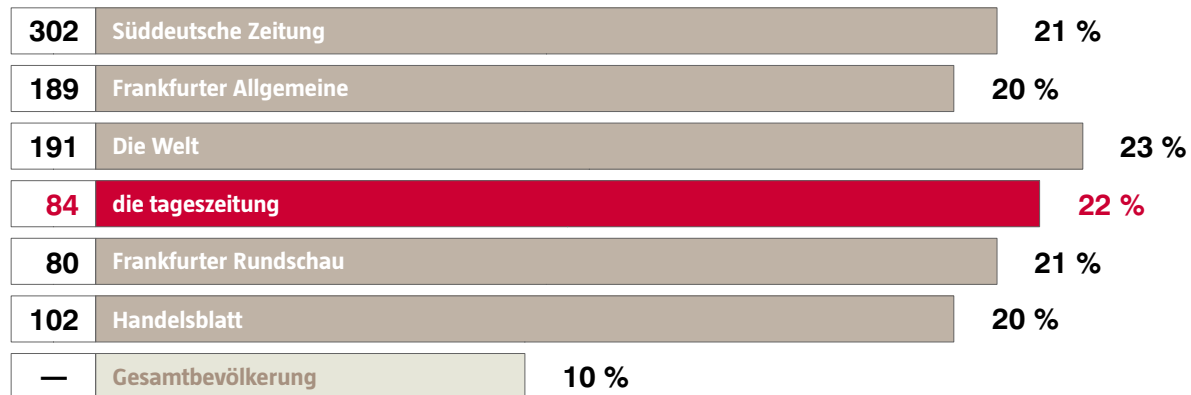
**Theater, Oper, Konzert  
und andere kulturelle  
Veranstaltungen**  
ein- oder mehrmals im Monat

Leseranteile in Tsd.

Leseranteile in %

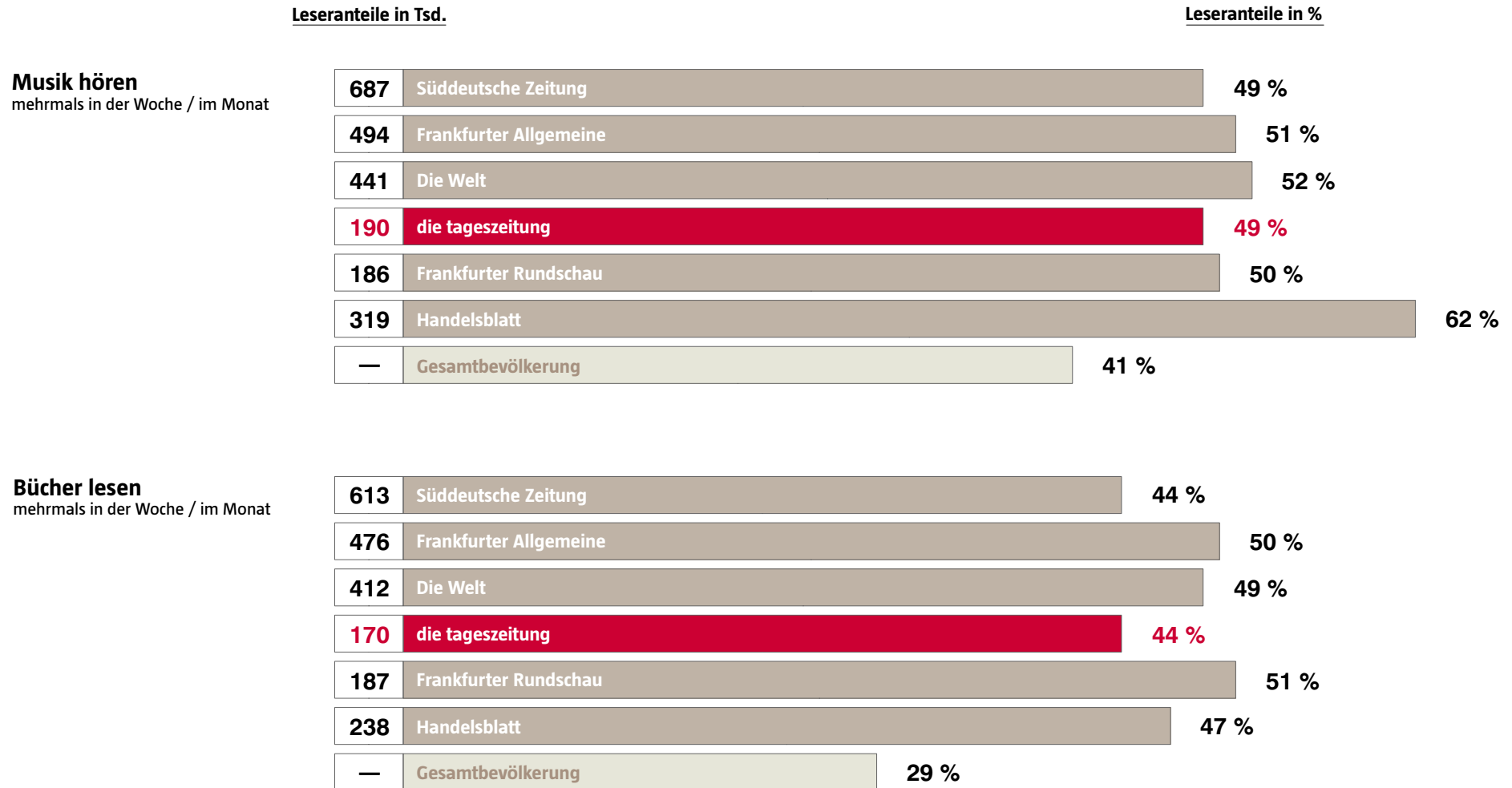


**Kinobesuche**  
ein- oder mehrmals im Monat



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR MUSIK UND LITERATUR

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



# DIE JÜNGEREN ZIELGRUPPEN FÜR URLAUBSREISEN

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

