

mare Factsheet 2010

Positionierung

mare ist die mehrfach preisgekrönte Zeitschrift der Meere, deren Reportagen und Fotostrecken unter anderem mit dem Lead Award, dem World Press Award und dem CNN Journalist Award ausgezeichnet wurden. Das Magazin rückt die Bedeutung, die das Meer als Lebens-, Wirtschafts- und Kulturraum für den Menschen hat, in das Bewusstsein der Öffentlichkeit. Alle zwei Monate gibt **mare** neue Denkanstöße zu wirtschaftlichen, politischen, kulturellen, ökologischen und wissenschaftlichen Themen, die ihren Ausgangspunkt aus dem Blickwinkel der Meere finden. Der Onlineauftritt mare.de, die Sendungen **mareTV** und **mareradio** sowie das Buchprogramm des **mare**verlags vervollständigen die Markenfamilie und sorgen für eine hohe Markenbekanntheit.

Ihr Nutzen

- Mit **mare** erreichen Sie Entscheider mit hohem Bildungsgrad, überdurchschnittlichem Einkommen und ausgeprägter Genuss-Orientierung. **mare**-Leser sind kulturell sehr interessiert und überaus reisefreudig. Sie interessieren sich für Fotografie und Design und zeichnen sich durch ein hohes Nachhaltigkeitsbewusstsein aus.
- **mare**-Leser lieben **mare**: Der hohe Anteil an Abonnenten (über 65 %) spiegelt die enge Bindung der Leser an die Zeitschrift der Meere wider. 89 % bewahren ihre **mare**-Ausgaben auf. Die Ausgaben des seit 1997 erscheinenden Magazins sind mittlerweile begehrte Sammlerstücke.
- Eine lange Lesedauer fördert die Wahrnehmungswahrscheinlichkeit für Ihre Kampagne: 75 % der Leser lesen länger als 3 Stunden in **mare**.*
- Die hohe Druck-Qualität bringt Ihre Kampagne optimal zur Geltung.

Redaktionelles Konzept

In der journalistischen Umsetzung fühlt sich **mare** vor allem dem anspruchsvollen Reportagejournalismus verpflichtet. Präsentiert in einem zeitlos modernen Layout spiegeln die exklusive Qualität von Bild und Text die hohen Ansprüche der Leser wider.

Neben exklusiven Reportagen kennzeichnen das Magazin vor allem opulente Fotostrecken, gedruckt auf edlem Papier in überragender Brillanz und Schärfe.

Auflagenstruktur (IVW IV/2009)

Druckauflage	45.017 Expl.	Verkaufte Auflage	28.389 Expl.
Verbreitete Auflage	29.179 Expl.	Aboauflage	18.708 Expl.

Verlegerische Daten

Erscheinungsweise	zweimonatlich + 1 Sonderheft Kulinarik	Preise	1/1 Seite 4c 7.400,- €
-------------------	---	--------	---------------------------

Es gilt die jeweils aktuelle Preisliste.

Weitere Informationen, Preise und Formate finden Sie unter www.iqm.de/mare



Leserschaft*

in %

Geschlecht

Männlich	72 %
Weiblich	28 %

Alter

Bis 29 Jahre	6 %
30 – 39 Jahre	19 %
40 – 49 Jahre	34 %
50 – 59 Jahre	23 %
60 Jahre und älter	15 %

Schulbildung

Hochschulabschluss	66,0 %
--------------------	--------

Haushalts-Nettoeinkommen

Bis 1.499 €	8 %
1.500 € bis 2.499 €	19 %
2.500 € bis 3.499 €	24 %
3.500 € und mehr	48 %

Beruf

Selbständige	21 %
leitende Angestellte	20 %
Freier Beruf	10 %
Beamte gehobener/höherer Dienst	8 %

Qualitätseinstellungen

Manchmal leiste ich mir bewusst die allerbeste Qualität	73 %
Beim Einkauf ist für mich die Qualität einer Ware wichtiger als der Preis	67 %
Ich bin auch bei Produkten des täglichen Bedarfs sehr anspruchsvoll	49 %

Freizeitinteressen

Bücher lesen	97 %
Kochen	82 %
Fotografieren	80 %
Museum, Galerien, Ausstellungen besuchen	76 %

Informationsinteressen

Reisen, Urlaubsziele	84 %
Möbel, Einrichtung	65 %
Fotoapparate oder -zubehör	65 %
Schadstoffarme Autos	55 %
Ich bin sehr an nachhaltiger Energieversorgung interessiert	72 %
Ich interessiere mich sehr für Umwelt- und Klimaschutz	69 %

*) Quelle: mare-Leserbefragung 2009, n=2947, durchführendes Institut: Czaia Marktforschung

Kontakt

iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 02 11 887-3355
Fax 02 11 887-3359
E-Mail kundenbetreuung@iqm.de
Internet www.iqm.de