

Die Leser von **mare** Merkmale, Interessen, Konsum.



© Daisaku Oozu

Die Leser von **mare** Einleitung.



mare weist in seiner Ersterhebung in der Frühjahrswelle der AWA 2011 eine Reichweite von 0,86 Mio. Lesern aus. Im Vergleich mit anderen Titeln, die auf Basis von 6 Einschaltungen erstmals in der AWA ausgewiesen werden, ist das ein absoluter Spitzenwert. Cicero erreichte bei der erstmaligen Ausweisung in der AWA 2006 nur 0,44 Mio., Brand eins 0,41 Mio. Leser.

Die Leser von **mare** verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen und einen hohen Bildungsgrad. Sie sind kulturell sehr interessiert und überaus reisefreudig. Sie zählen zu den Genießern, die sich auch gerne mal was gönnen und offen für Neues sind. Die Leser von **mare** interessieren sich für Fotografie und Design und zeichnen sich durch ein hohes Nachhaltigkeitsbewusstsein aus. Sie bevorzugen Produkte aus ökologischem Anbau, fairem Handel und achten auf die Langlebigkeit von Produkten. Darüber hinaus interessieren sie sich überdurchschnittlich häufig für Natur- und Umweltschutz.

Mehr zu den Lesern und Leistungswerten der **mare** erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

Die Leser von **mare** Inhaltsverzeichnis.

- **mare** Leserschaft
 - Geschlecht, Alter, Einkommen
 - Ausbildung, Beruf, finanzieller Spielraum

- **mare** Leser als Premium-Konsumenten
 - Interessen
 - Ausgabebereitschaft
 - Kauf-Entscheider
 - Käufertypologie

- Anhang
 - Objektprofil, Termine, Ansprechpartner

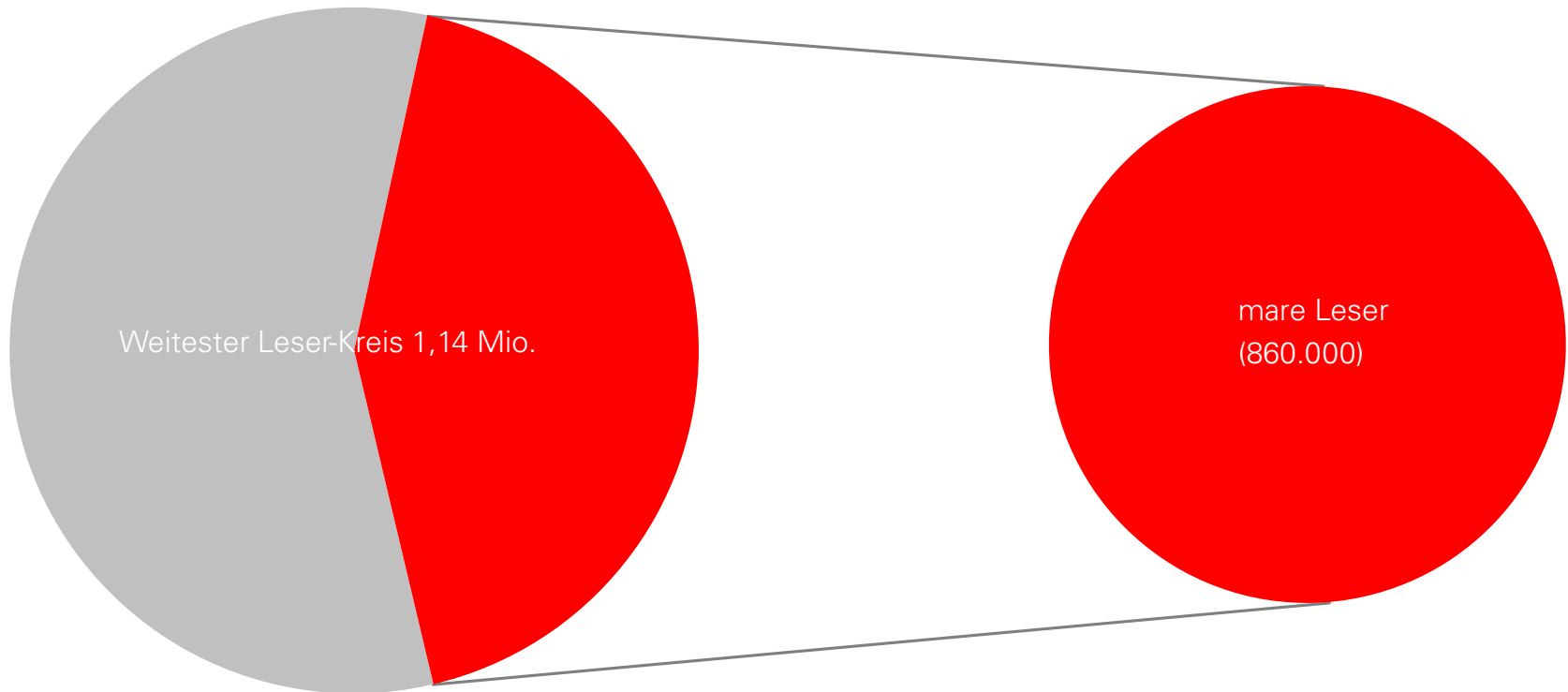
Die Leser von **mare** Demographische Daten.



© Daisaku Oozu

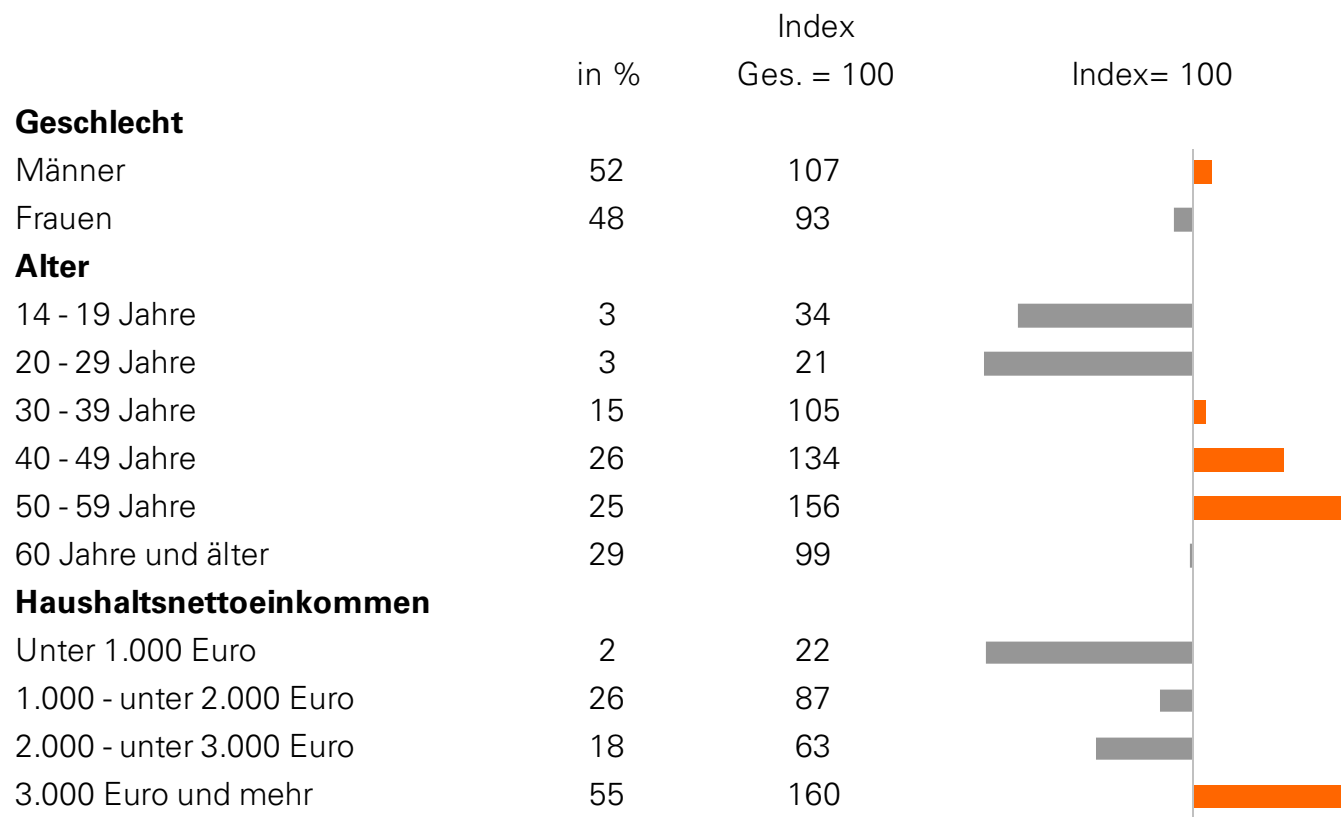
Die Leser von **mare** Zielgruppenherleitung.

Laut der Ersterhebung in der AWA Frühjahrswelle hat **mare** eine Reichweite von 860.000 Lesern bei einem Weitesten Leser-Kreis von 1,14 Mio. Lesern.



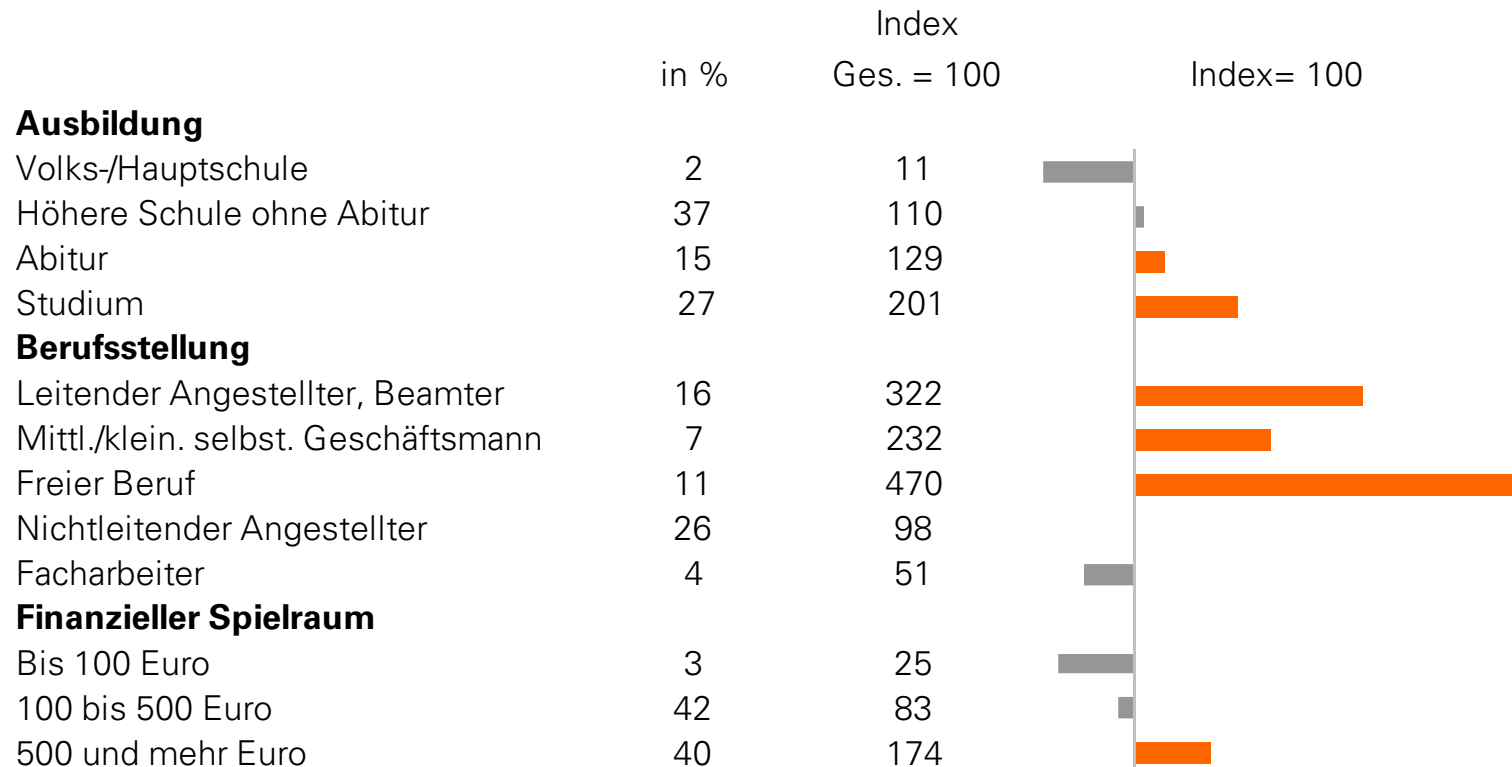
Die Leser von **mare** Einkommensstark und im besten Alter.

Zielgruppe: mare-Leser



Die Leser von **mare** Akademiker in Führungspositionen.

Zielgruppe: mare Leser



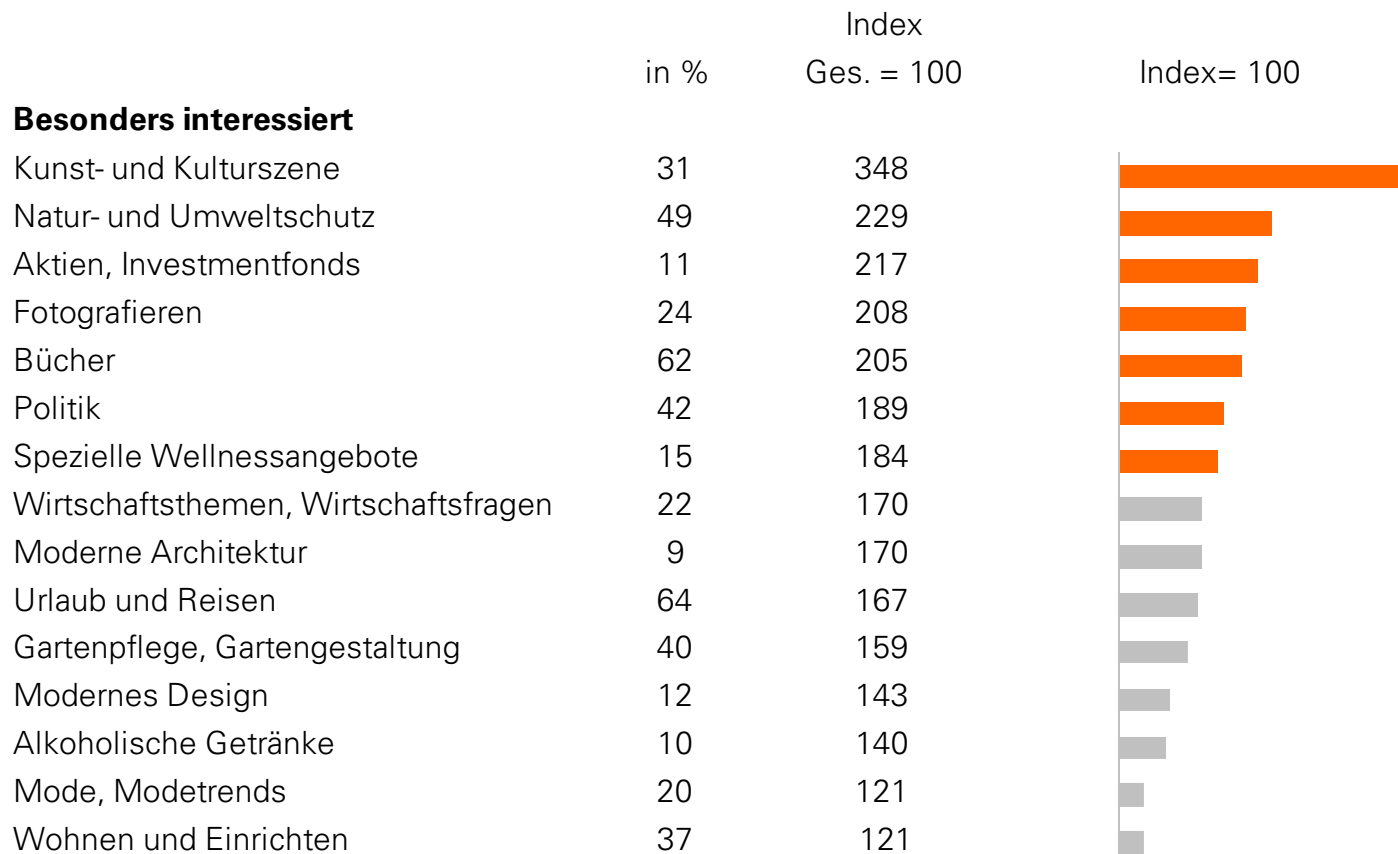
Die Leser von **mare** Interessen und Konsummerkmale.



© Daisaku Oozu

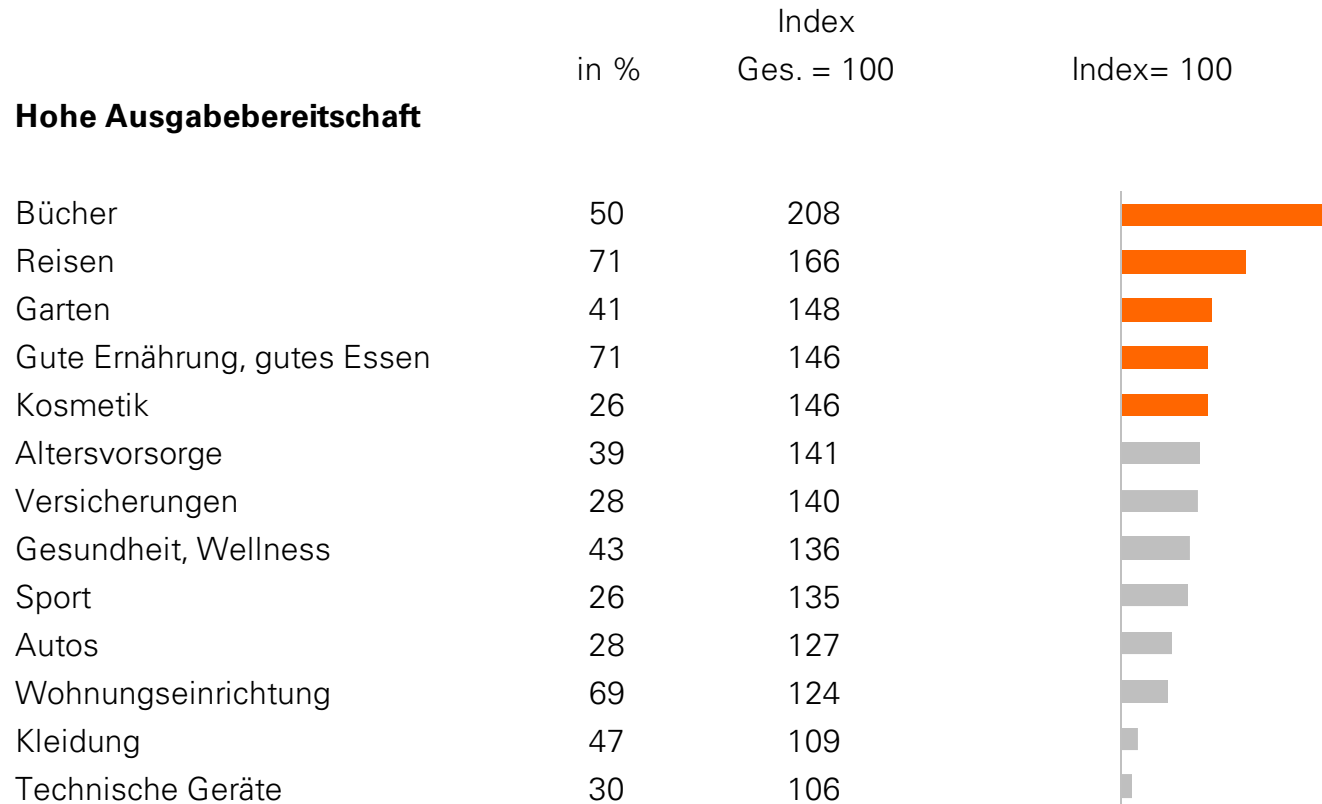
Die Leser von **mare** Breites Interessenspektrum.

Zielgruppe: mare Leser



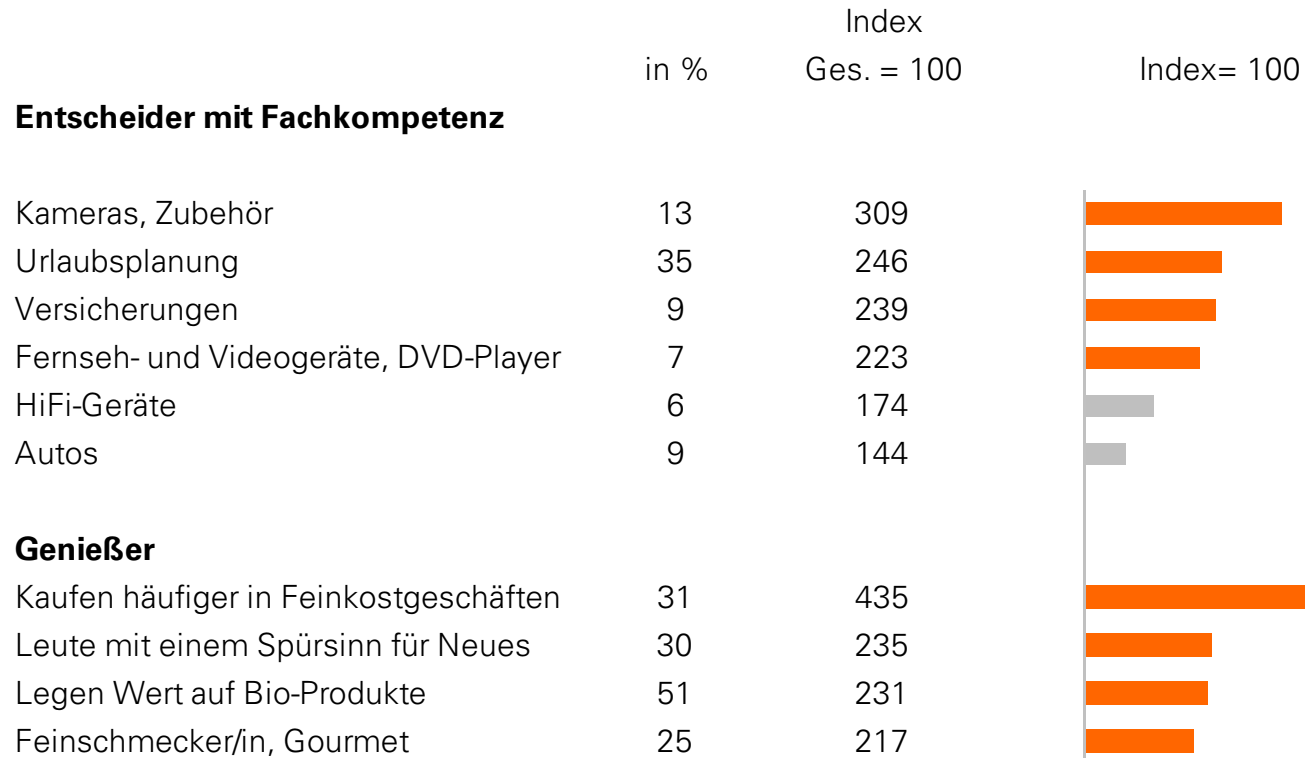
Die Leser von **mare** Außergewöhnliche Kaufkraft.

Zielgruppe: mare Leser



Die Leser von **mare** Trendsetter und Genießer.

Zielgruppe: mare Leser



Die Leser von **mare** Konsummerkmale und Markenansprüche.



© Daisaku Oozu

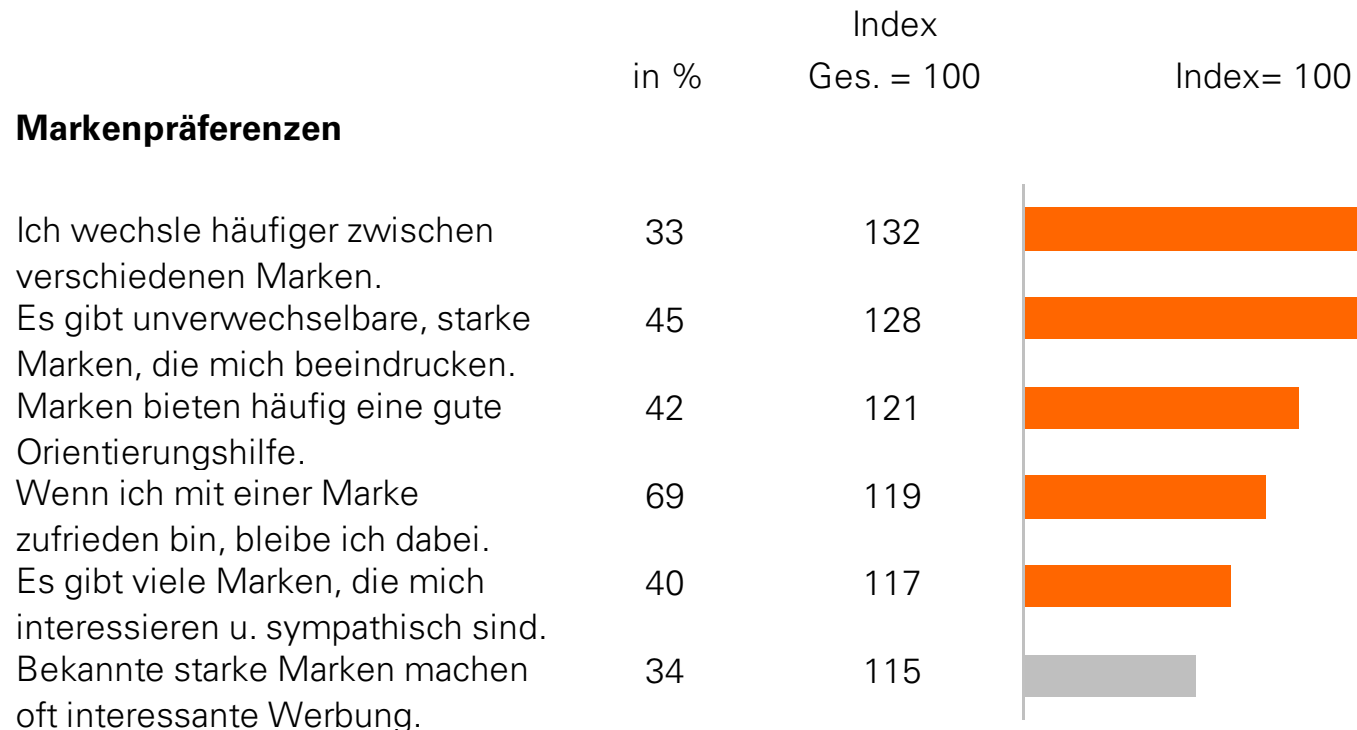
Die Leser von **mare** Luxusorientiert und offen für Neues.

Zielgruppe: mare Leser



Die Leser von **mare** Bevorzugen Markenprodukte.

Zielgruppe: mare Leser



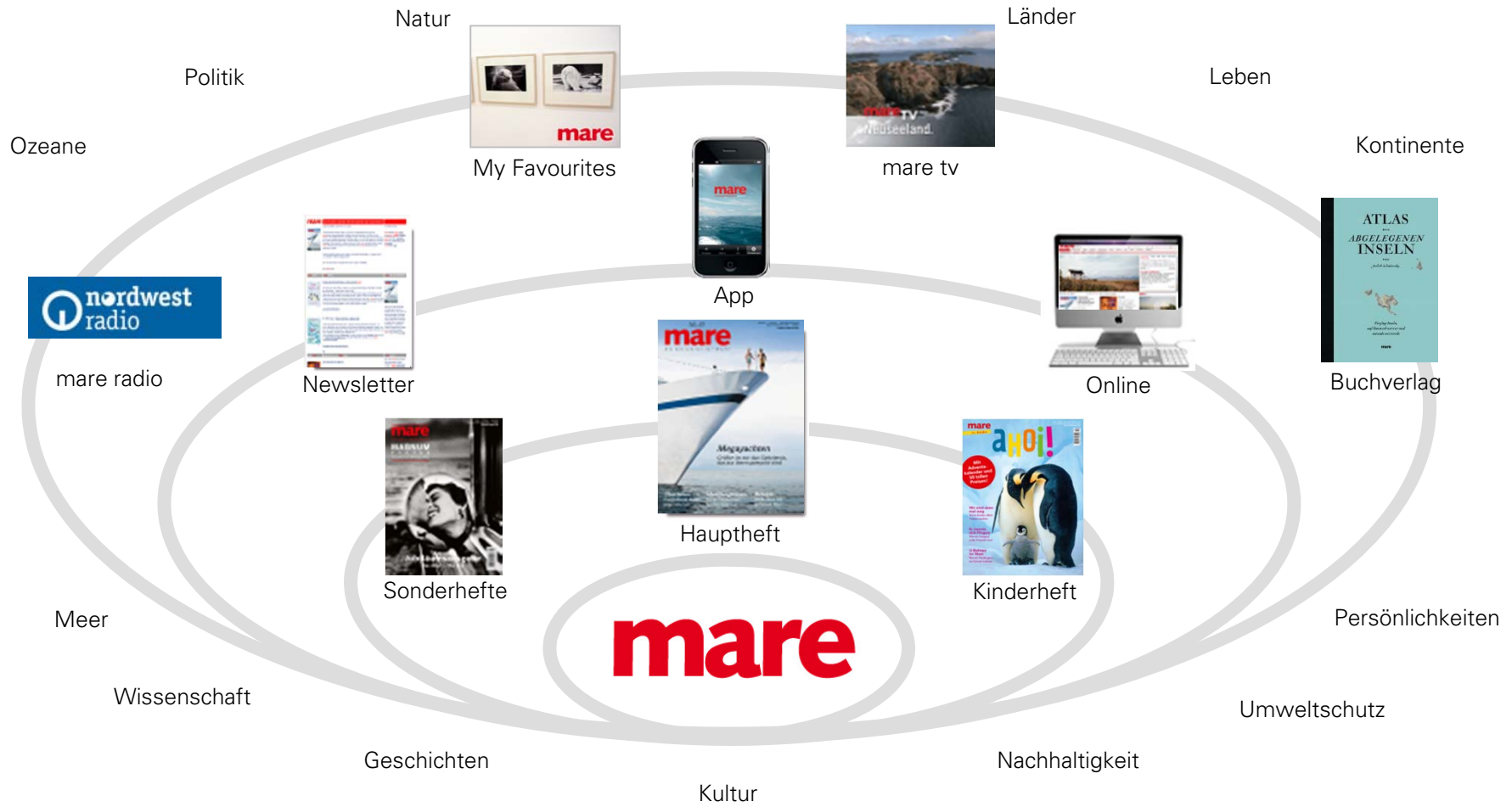
Anhang

Objektprofil, Termine, Ansprechpartner.



© Daisaku Oozu

Die **mare** Marken- und Themenwelt Meer erleben auf allen Kanälen.



mare - Die Zeitschrift der Meere

Der Titel im Überblick.



- Copy-Preis:
8,50 Euro
- Erscheinungsweise:
zweimonatlich
- Preis 1/1 Anzeigenseite:
7.750,00 Euro
- Reichweite (AWA 2011*):
860.000 Leser
- Verkaufte Auflage:
IVW IV/2011: 26.004
- Zielgruppe:
Qualitätsbewusste Genießer
- Markenfamilie:
mare.de
mare Buchverlag
mare tv
mare radio

mare greift klassische Themen aus den Bereichen Wissenschaft, Kultur, Leben und Politik aus der Perspektive des Meeres auf und bereitet diese qualitativ hochwertig und anspruchsvoll auf. Brillante Fotostrecken und ein zeitloses Layout unterstreichen den Charakter eines einzigartigen Magazins mit einzigartigem Inhalt. Auch die Fachwelt honoriert die Qualität von mare und zeichnet die Zeitschrift der Meere wiederholt in den Bereichen Text, Bild, Layout und Druck aus.

Termine Auf einen Blick



Heft	Ausgabe	Erstverkaufstag	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Anlieferung Beilagen
No. 90	Feb/März	07.02.2012	02.01.2012	09.01.2012	12.01.2012
No. 91	April/Mai	03.04.2012	05.03.2012	12.03.2012	15.03.2012
Sonderheft	Hamburg	22.05.2012	23.04.2012	30.04.2012	03.05.2012
No. 92	Juni/Juli	05.06.2012	30.04.2012	07.05.2012	18.05.2012
No. 93	Aug/Sept	07.08.2012	02.07.2012	10.07.2012	12.07.2012
No. 94	Okt/Nov	02.10.2012	03.09.2012	10.09.2012	13.09.2012
No. 95	Dez/Jan	27.11.2012	29.10.2012	05.11.2012	08.11.2012

Wir beraten Sie gerne.



Düsseldorf

iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2053/55
Fax 0211 887-972053/55
E-Mail eveline.schulze@iqm.de

Frankfurt

iq media marketing gmbh

Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt
Telefon 069 2424-4510
Fax 069 2424-594510
E-Mail eva-maria.guckes@iqm.de

München

iq media marketing gmbh

Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon 089 545 907 26
Fax 089 545 907 167
E-Mail katja.foell@iqm.de

Online

iq digital media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2626
Fax 0211 887-2656
E-Mail info@iqdigital.de

TV

iq media marketing gmbh

Marlene-Dietrich-Platz 5
10785 Berlin
Telefon 030 2090-4884
Fax 0211 887-978315
E-Mail teresa.vidal@iqm.de

International Sales

iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2343
Fax 0211 887-972343
E-Mail gerda.gavric@iqm.de

Österreich

Internationale Medienvertretung & Service

proxymedia e.U.

Wiesengasse 3
A - 2801 Katzelsdorf
Telefon +43 (0)2622 36 7 55
Fax +43 (0)1 25 330 333 989
E-Mail michael.schachinger@proxymedia.at

Schweiz

Top Media Sales GmbH

Chamerstrasse 56
CH - 6300 Zug
Telefon +41 (0)41 7105701
Fax +41 (0)41 7105703
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch