

DIE ZEIT Factsheet 2010

Positionierung

DIE ZEIT wurde 1946 gegründet und ist heute Deutschlands größte überregionale Qualitätszeitung. Der hohe redaktionelle Anspruch macht DIE ZEIT zu dem führenden Medium für Meinungsbildner und Multiplikatoren und damit zum **Leitmedium der gehobenen Zielgruppe**.

DIE ZEIT bietet eine große Themenvielfalt: Politik und Wirtschaft sind zentrale Bestandteile aber auch alle anderen Themen die unsere Gesellschaft bewegen, finden ausreichend Platz: Kultur und Wissenschaft, Technik und Medizin, Gesellschaft und Bildung, Reisen, Lifestyle und Sport. Der besondere redaktionelle Anspruch der Berichterstattung, die hohe Glaubwürdigkeit und ein preisgekröntes Layout machen DIE ZEIT zu einer ganz besonders geschätzten Informationsquelle.

Nutzen Sie DIE ZEIT – 5 gute Gründe

■ Deutschlands größte Qualitätszeitung

Mehr als 2 Mio. Menschen erreicht DIE ZEIT lt. AWA 2009 im Durchschnitt jede Woche. In der aktuellen ma I/2010 erzielt die ZEIT von allen überregionalen Qualitätszeitungen mit 1,51 Mio. die mit Abstand höchste Reichweite und ist auch in der Wirtschaftlichkeit nach TKP unschlagbar.

■ Die gehobene Zielgruppe nimmt sich DIE ZEIT

Über 1 Mio. Leser besitzen den gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status 1 oder 2. In der Studie TopLevel erreicht die ZEIT im Segment der überregionalen Qualitätszeitungen ebenfalls die meisten Menschen in dieser für hochwertige Marken und Luxus aufgeschlossenen Zielgruppe. Und sie ist zugleich der wirtschaftlichste Titel in den Top Ten nach Reichweite.

■ DIE ZEIT erreicht die Bildungs- und Einkommenselite

45 % der ZEIT-Leser sind zwischen 20 und 49 Jahre alt. 62 % haben Abitur- oder Hochschulabschluss und damit die besten Voraussetzungen für eine berufliche Karriere. Entsprechend verfügen 50 % der ZEIT-Leser über ein monatliches Haushalts-Netto-Einkommen von 3.000 Euro und mehr. (AWA 2009)

■ ZEIT-Leser sind Meinungsbildner und Multiplikatoren

ZEIT-Leser haben eine starke Persönlichkeit und ein großes Informationsbedürfnis. Sie fungieren häufig als Ratgeber und spielen daher eine ganz besondere Rolle bei der interpersonellen Kommunikation in der Gesellschaft welche Einstellungen und Kaufentscheidungen in hohem Maße beeinflusst.

■ Intensive ZEIT

Die ZEIT wird intensiv und in entspannter Umgebung gelesen. Für die Lektüre nehmen sich die Leser besonders viel Zeit: 69 % lesen DIE ZEIT Samstags und/oder Sonntags in entspannter Atmosphäre – im Durchschnitt 160 Minuten lang.

Reichweite

AWA 2009	2.032.000
ma I/2010	1.505.000
LAE 2009	225.000

Auflagenstruktur (IWW IV/2009)

Verkaufte Auflage	502.246
Aboauflage	320.865
Einzelverkauf	114.753
Bordauflage	44.175

Preise 4c

1/1 Seite	61.670,40 €
1/2 Seite	30.835,20 €
1/4 Seite Eckfeld	18.902,40 €

Verlegerische Daten

Erscheinungsweise	wöchentlich
Es gilt die jeweils aktuelle Preisliste. Weitere Preise, Rabattstaffeln etc. finden Sie unter www.iqm.de	

Andere Formate auf Anfrage



DIE ZEIT Factsheet 2010

Leserschaft (AWA 2009)

Gesamtbevölkerung 64,9 Mio
LpA DIE ZEIT 2,03 Mio.
Index Gesamtbev. = 100

Gesamtbevölkerung in %
Struktur in %
Affinitätsindex

Geschlecht

Männer	49	59	121
Frauen	51	41	80

Alter

14 – 19 Jahre	8	4	50
20 – 29 Jahre	13	10	80
30 – 39 Jahre	14	14	99
40 – 49 Jahre	19	20	104
50 – 59 Jahre	15	18	119
60 Jahre und älter	30	33	110

Ausbildung

weiterf. Schule ohne Abitur	34	24	71
Abitur, Hochschulreife Studium	23	62	270

Beruf

Selbständige, freie Berufe	6	9	161
ltd. Angestellte und Beamte	7	17	256
sonstige Angestellte und Beamte	26	25	99

Haushalts-Nettoeinkommen

2.000 € bis 2.500 €	15	12	77
2.500 € bis 3.000 €	13	14	106
3.000 € und mehr	30	50	166

Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status

Stufe 1 (oberste Schicht)	10	34	351
Stufe 2	12	24	191

Markenwelt



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