

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 2010 im Durchschnitt jede Woche. In der aktuellen ma II/2010 erzielt die ZEIT von allen überregionalen Qualitätszeitungen mit 1,63 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

43 % der ZEIT-Leser sind zwischen 20 und 49 Jahre alt. 60 % haben Abitur- oder Hochschulabschluss und damit die besten Voraussetzungen für eine berufliche Karriere. Entsprechend verfügen 51 % der ZEIT-Leser über ein monatliches Haushalts-Netto-Einkommen von 3.000 Euro und mehr. (AWA 2010)

■ 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 2010	2.010.000
ma II/2010	1.627.000
LAE 2009	225.000

Auflagenstruktur (IWW II/2010)

Verkaufte Auflage	502.418
Aboauflage	321.836
Einzelverkauf	118.476
Bordauflage	44.332

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 2010)

	Gesamtbevölkerung in %	Struktur in %	Affinitätsindex
Gesamtbevölkerung 64,82 Mio Index Gesamtbev. = 100			
Geschlecht			
Männer	49	57	117
Frauen	51	43	84
Alter			
14 – 19 Jahre	7	4	53
20 – 29 Jahre	13	11	82
30 – 39 Jahre	14	13	93
40 – 49 Jahre	19	20	102
50 – 59 Jahre	16	18	116
60 Jahre und älter	30	34	113
Ausbildung			
weiterf. Schule ohne Abitur	34	25	72
Abitur, Hochschulreife Studium	23	60	257
Beruf			
Selbständige, freie Berufe	6	9	160
ltd. Angestellte und Beamte	7	16	232
sonstige Angestellte und Beamte	27	26	97
Haushalts-Nettoeinkommen			
2.000 € bis 2.500 €	15	12	81
2.500 € bis 3.000 €	13	12	95
3.000 € und mehr	33	51	155
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status			
Stufe 1 (oberste Schicht)	11	34	321
Stufe 2	12	22	180

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