

Loyalität & Exklusivität

iqd insights



Frankfurter Allgemeine  
FAZ.NET

Süddeutsche.de

ZEIT  ONLINE

Wir haben 900 Nutzer von ZEIT ONLINE, Süddeutsche.de und FAZ.NET befragt – jene, die Wettbewerbsseiten aus dem Premium News Bereich nur selten oder nie besuchen.

**Nutzer, die Sie über unsere News Titel erreichen!**

On-Site Befragung; Oktober 2013; n = 900 Befragte

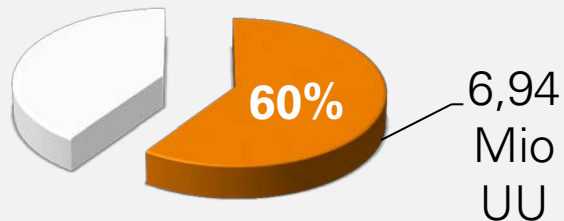


n = 900 Befragte; iqd News Nutzer, die mindestens einen Wettbewerbstitel Spiegel Online, WELT Online, Stern.de, Focus Online nur selten oder nie nutzen

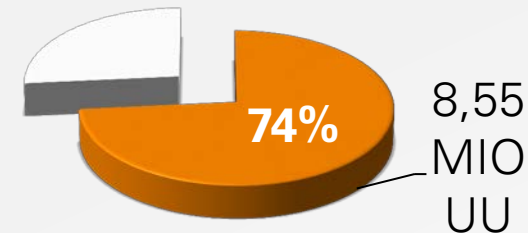
# Die Realität: Viele iqd News Exklusivnutzer

iqd News Kombi: **11,63 Mio Unique User. Davon...**

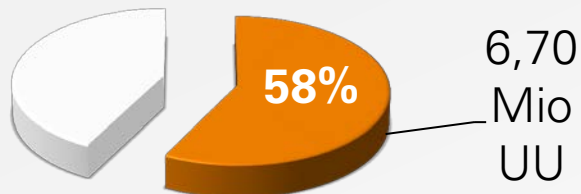
■ iqd News Nutzer, die nicht WELT Online besuchen



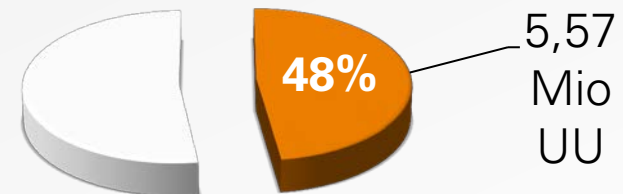
■ iqd News Nutzer, die nicht Stern.de besuchen



■ iqd News Nutzer, die nicht Focus Online besuchen



■ iqd News Nutzer, die nicht Spiegel Online besuchen



# Wir haben uns gefragt, was bewegt diese Nutzer?



# iqd News Nutzer sind sehr loyale Nutzer

Wie würden Sie ganz persönlich Ihre Loyalität gegenüber ... bewerten?

Frankfurter Allgemeine  
FAZ.NET

7,5 ø

Süddeutsche.de

7,4 ø

ZEIT  ONLINE

7,3 ø

Sehr loyal (Wert 10)

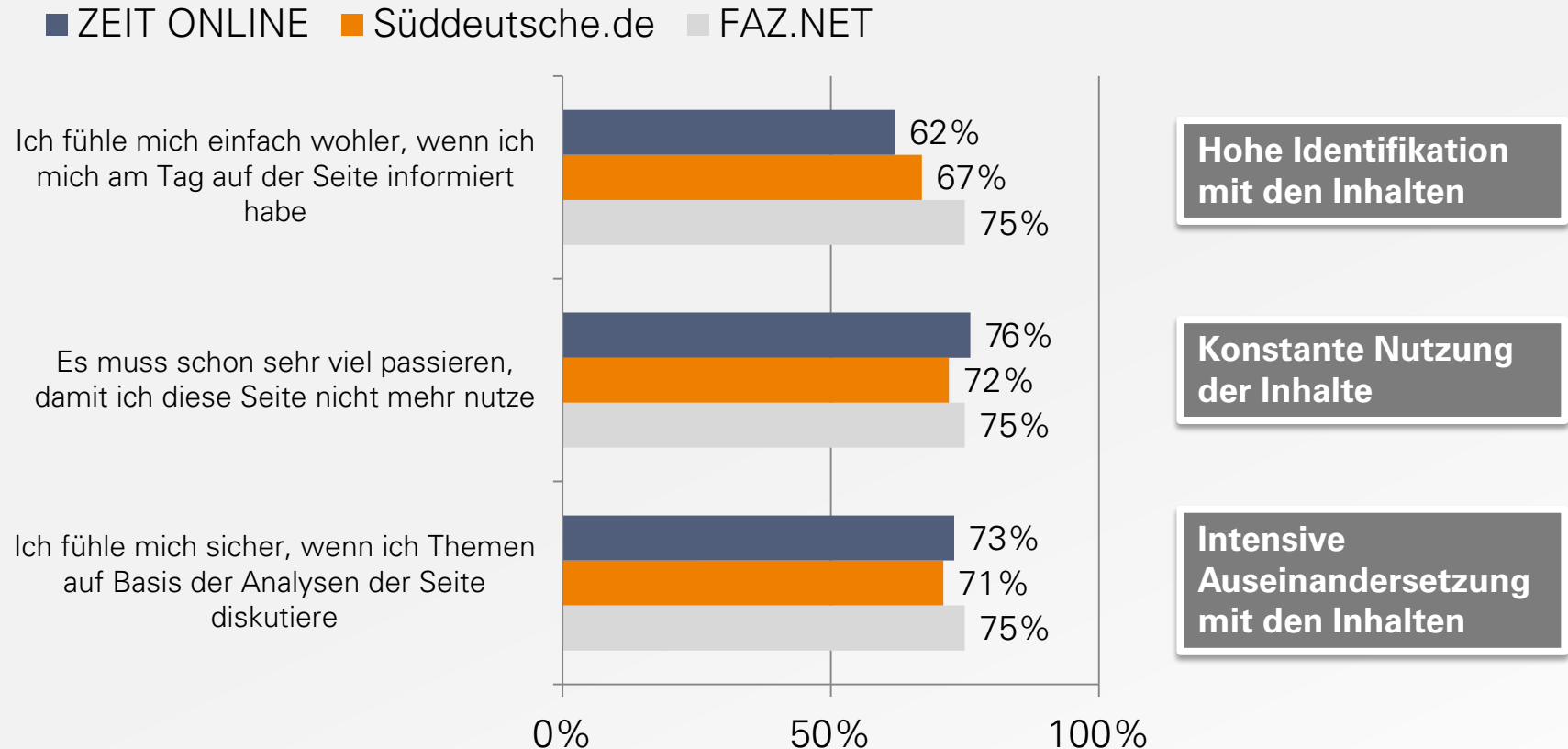


Weniger loyal (Wert 0)

Wenn Sie einmal überlegen und an Ihre Nutzung von Online News Sites denken. Wie würden Sie ganz persönlich Ihre Loyalität gegenüber dem Portal bewerten?

# Hohe emotionale Verbundenheit mit den Portalen

## Wie sehr stimmen sie folgenden Aussagen zu?



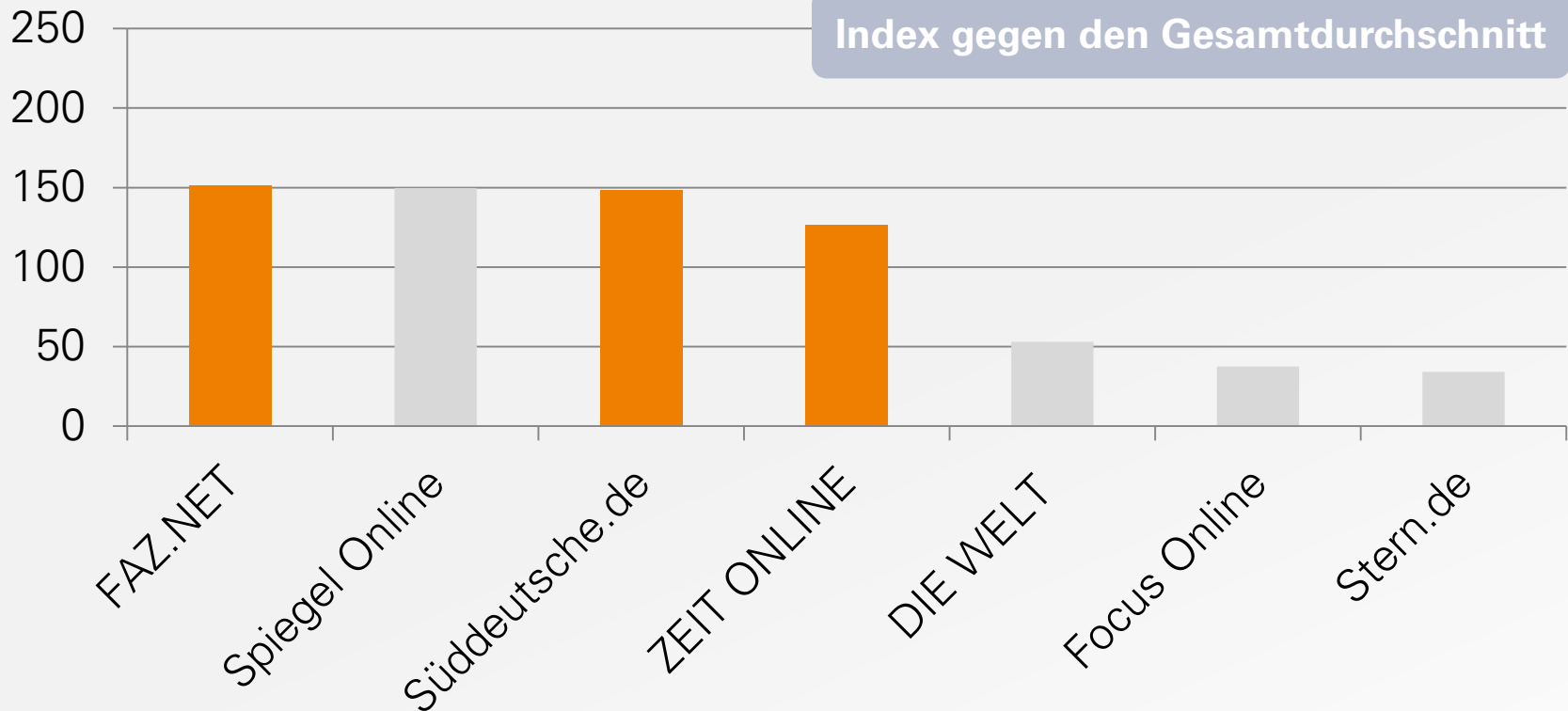
Bitte antworten Sie anhand einer Skala von Stimme voll und ganz zu bis stimme überhaupt nicht zu bzw. weiß nicht/keine Angabe. Top 2 Box. 5er Skala. Angaben in %, n = 900 Befragte

# Wo sehen unsere Nutzer die Unterschiede zum Wettbewerb?



# Gesellschaftliche Relevanz: iqd Portale weit vorne

## Auf welche Portale trifft dies zu?



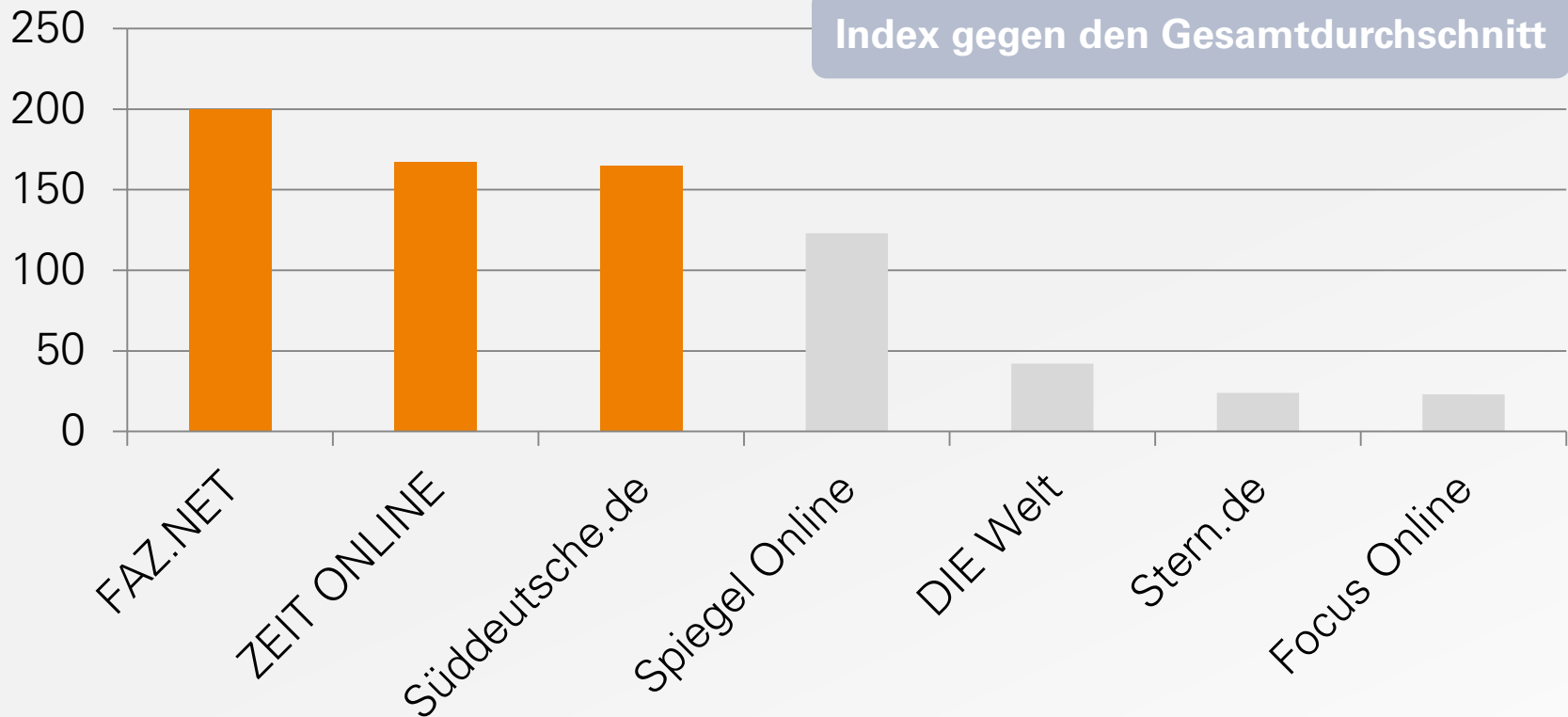
Wenn Sie sich einmal die folgenden Websites betrachten, wie würden Sie deren Verhältnis untereinander beschreiben? Was trifft für Sie jeweils auf die einzelnen Online Angebote zu? Mehrfachauswahl pro Attribut Trifft zu, oder trifft nicht zu. Index vs. Durchschnitt gesamt. Statement: Gesellschaftliche Relevanz; n = 900 Befragte



# Hohes Prestige: Die iqd Portale sind anerkannte Marken!

Auf welche Portale trifft dies zu?

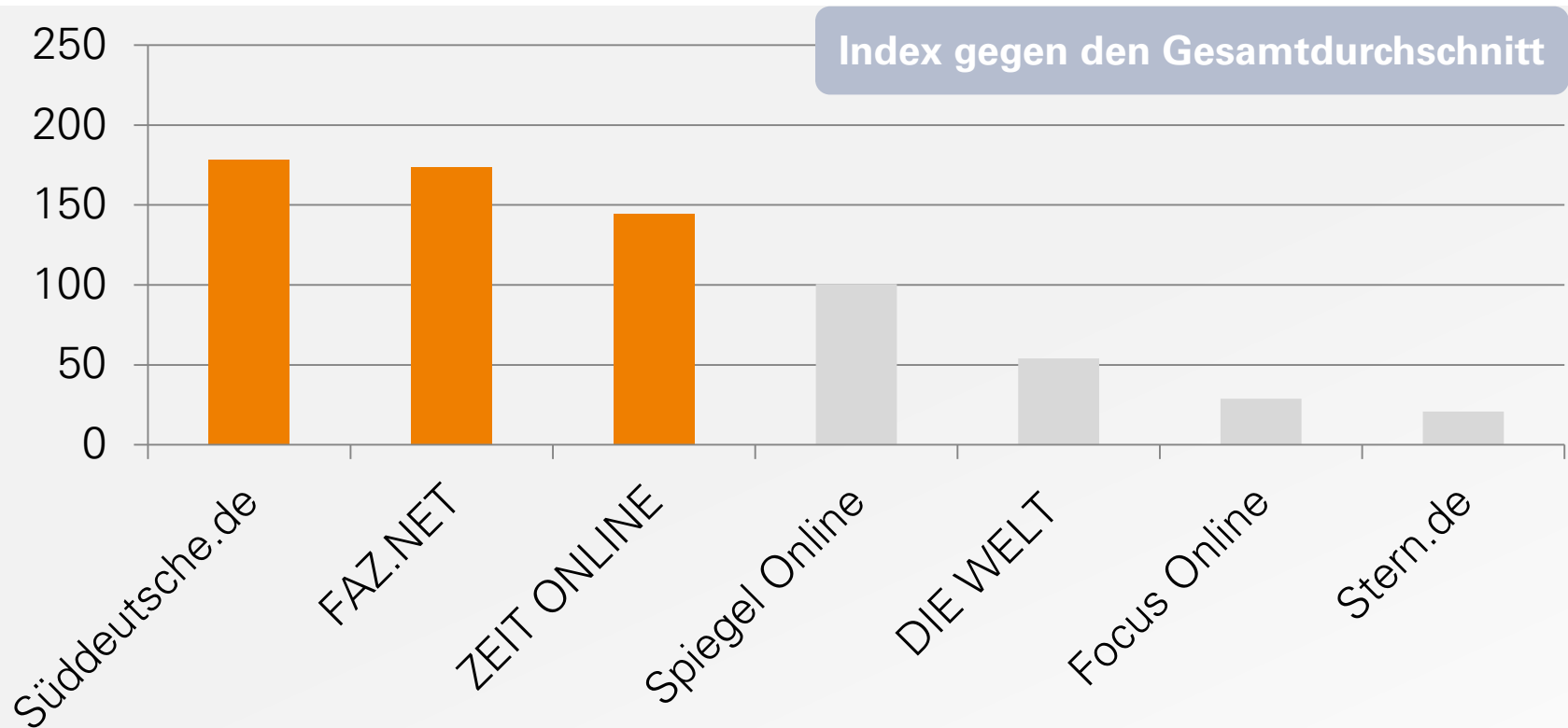
Index gegen den Gesamtdurchschnitt



Wenn Sie sich einmal die folgenden Websites betrachten, wie würden Sie deren Verhältnis untereinander beschreiben? Was trifft für Sie jeweils auf die einzelnen Online Angebote zu? Mehrfachauswahl pro Attribut Trifft zu, oder trifft nicht zu. Index vs. Durchschnitt gesamt. Statement: Hohes Prestige; n = 900 Befragte

# Verlässlichkeit: Dauerhafte Bindung der Nutzer an die iqd News Portale

Auf welche Portale trifft dies zu?



Wenn Sie sich einmal die folgenden Websites betrachten, wie würden Sie deren Verhältnis untereinander beschreiben? Was trifft für Sie jeweils auf die einzelnen Online Angebote zu? Mehrfachauswahl pro Attribut Trifft zu, oder trifft nicht zu. Index vs. Durchschnitt gesamt. Verlässlichkeit, n = 900 Befragte

# iq News Portale überzeugen inhaltlich

## Wie werden die iqd News Portale bewertet? O-Töne



**„Ich vertraue den Beiträgen und schätze die Gestaltung.“**

**„Gute und unpolemische Berichterstattung.“**

**„interessante Themen/Diskussionen, breites Meinungsbild“**

**„Redaktionelle Qualität, kritische Berichterstattung, Haltung“**

Weshalb nutzen Sie dieses Angebot (FAZ.net; Süddeutsche.de; ZEIT ONLINE); offene Frage, n = 900

Es gibt eine hohe Zahl an iqd Exklusivnutzern auf den News Portalen. **Nutzer, die nicht über einzelne Wettbewerbstitel im Newsbereich erreichbar sind.**

Diese Nutzer sind **sehr loyal, sehr vertraut** mit Ihren Portalen. Unsere Nutzer fühlen sich gut aufgehoben – und **sind dauerhaft mit ZEIT ONLINE, Süddeutsche.de und FAZ.NET verbunden.**

Die iqd Portale sind im Newsbereich bestimmend im Bereich **Prestige, Verlässlichkeit und gesellschaftliche Relevanz.**

Die Themenauswahl und ein kritisches, objektives Meinungsbild überzeugen!

Loyale Nutzer, **die dauerhaft von unseren Qualitätstitel überzeugt sind!**

# Wir beraten Sie gerne!



## **iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2625  
Telefax 0211 887-972656  
E-Mail [info@iqdigital.de](mailto:info@iqdigital.de)  
Web [www.iqdigital.de](http://www.iqdigital.de)

## **Technischer Service**

Telefon 0211 887-2649  
E-Mail [banner@iqdigital.de](mailto:banner@iqdigital.de)

## **Nielsen 1, 5-7**

### **iq digital media marketing gmbh**

Brandstwierte 1 (Neuer Dovenhof)  
20457 Hamburg  
Telefon 040 30183-174  
Telefax 040 30183-283  
E-Mail [hamburg@iqdigital.de](mailto:hamburg@iqdigital.de)

## **Nielsen 2**

### **iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2060  
Telefax 0211 887-2099  
E-Mail [duesseldorf@iqdigital.de](mailto:duesseldorf@iqdigital.de)

## **Nielsen 3a**

### **iq digital media marketing gmbh**

Eschersheimer Landstraße 50  
60322 Frankfurt  
Telefon 069 2424-4535  
Telefax 069 2424-4555  
E-Mail [frankfurt@iqdigital.de](mailto:frankfurt@iqdigital.de)

## **Nielsen 3b, 4**

### **iq digital media marketing gmbh**

Nymphenburger Straße 14  
80335 München  
Telefon 089 545907-34  
Telefax 089 545907-24  
E-Mail [muenchen@iqdigital.de](mailto:muenchen@iqdigital.de)

## **International Sales**

### **iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon +49 211 887-1330  
Fax +49 211 887-971330  
E-Mail [international-online@iqm.de](mailto:international-online@iqm.de)

## **Schweiz**

### **Top Media Sales GmbH**

Chamerstrasse 56  
6300 ZUG  
Telefon +41 41 7105-701  
Telefax +41 41 7105-703  
E-Mail [walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch](mailto:walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch)