


## Die Menschen im Verbreitungsgebiet der Musterzeitung ...

... achten bei der Wohneinrichtung mehr auf Qualität als auf den Preis: (voll und ganz / eher)		50.000
... sind der Meinung, dass Ihnen nur das Auto die nötige Mobilität gibt: (voll und ganz / eher)		58.000
... vertrauen bei Geldanlagen am liebsten Fachleuten: (voll und ganz / eher)		92.000
... interessieren sich stark bzw. sehr stark für Mode:		89.000
... sind sowohl markenbewusst ... „Wenn man bekannte Markenartikel kauft, kann man sicher sein, dass man gute Qualität bekommt“ (voll und ganz / eher)		108.000
... als auch preisbewusst: „Die meisten Alltagsprodukte kauft man am besten beim Discounter“ (voll und ganz / eher)		116.000
... haben konkrete Anschaffungsabsichten in den nächsten 1–2 Jahren:		
Möbel		95.000
Pkw (ja, sicher bzw. ja, vielleicht)		68.000
... sind werbeaffin: „Werbung verschafft einen guten Überblick über die Vielzahl der Angebote“ (voll und ganz / eher)		121.000
... und nutzen die Zeitung als Informationsquelle für ihre Einkäufe: „Ich informiere mich gern über Sonderangebote in Tageszeitungen und Tageszeitungsbeilagen“ (voll und ganz / eher)		118.000

Quelle: best for planning

# MUSTERZEITUNG

## Ihr starker Partner

## MUSTERZEITUNG

### Kontakt

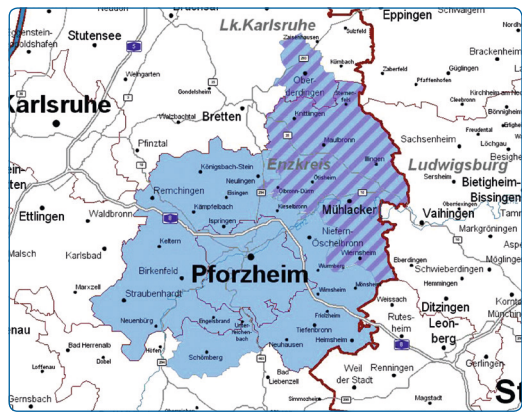
Frau Monika Mustermann  
Musterzeitung · Musterverlag GmbH & Co. KG  
Musterstraße 1 · 65432 Musterheim

Telefon: (56789) 123-456 · Fax: (56789) 123-789  
E-Mail: m-mustermann@musterzeitung.de

[www.musterzeitung.de](http://www.musterzeitung.de)

Aktuelle Daten und Fakten zur  
Musterzeitung sowie zu den Menschen  
und Märkten in der Region

## Verbreitungsgebiet der Musterzeitung

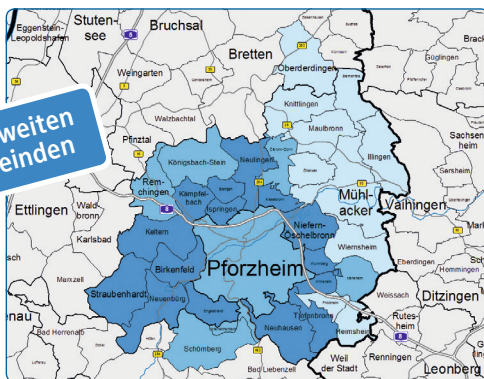


<b>Einwohner</b> (deutschsprachig ab 14 Jahre):	283.336
<b>Haushalte:</b>	157.115
<b>Auflage der Musterzeitung im Verbreitungsgebiet:</b>	36.374

Quelle: ma Tageszeitungen

■ Gesamtausgabe  
■ Mühlacker

**Starke Reichweiten  
in den Gemeinden**



**Leserkontakte\* in %**

0.0 – 25.0	50.1 – 75.0
25.1 – 50.0	75.1 – 90.0

\* L-Wert-Kontakte laut ma Tageszeitungen

## Nutzerdaten Print und Digital

### Leser der Musterzeitung



<b>Gesamtreichweite</b> (Verbreitungsgebiet und übriges Deutschland):	116.000
<b>Reichweite in der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre:</b>	52.000
<b>Reichweite 50 Jahre und älter:</b>	64.000

Quelle: ma Tageszeitungen

### Digitale Nutzer der Musterzeitung

<b>Nutzer (Unique User)* von musterzeitung.de</b>	255.000
<b>Gesamtreichweite:</b>	

\*durchschnittlicher Monat  
Quelle: ma Online 6



### Print und Digital – für Jung und Alt



<b>Kombinierte Reichweite regionaler Abo-Zeitungen im Verbreitungsgebiet der Musterzeitung</b>	
Nutzer gesamt:	82 %
Nutzer 14 bis 49 Jahre:	80 %
Nutzer 50 Jahre und älter:	85 %

Quelle: best for planning

## Reichweite der Musterzeitung im Verbreitungsgebiet



<b>Leser gesamt:</b>	106.000 bzw. 37 %
<b>Leser in einem Haushalt mit TZ-Abo</b> (entspricht 72% der Leser):	76.000

Quelle: ma Tageszeitungen

### Die Leser der Musterzeitung\* ...

... sind berufstätig:		54.000 bzw. 51 %
... leben in Haushalten mit mindestens 2.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen:		70.000 bzw. 65 %
... wohnen im eigenen Haus/ in der Eigentumswohnung:		70.000 bzw. 65 %
... haben einen Garten/Balkon mit Pflanzen/Wintergarten:		89.000 bzw. 84 %
... besitzen mindestens einen Privat-PKW im Haushalt:		94.000 bzw. 89 %
... waren in den letzten 12 Monaten verreist:		77.000 bzw. 73 %
... liegen bei der Konsumkraft im oberen Drittel		58.000 bzw. 55 %

HH-Größe: eine Person, HHEK 2.000 Euro +,  
 HH-Größe: zwei Personen, HHEK 2.500 Euro +,  
 HH-Größe: drei Personen, HHEK 3.500 Euro +,  
 HH-Größe: vier und mehr Pers., HHEK 4.000 Euro +

\*im Verbreitungsgebiet

Quelle: ma Tageszeitungen