
DER ÜBERREGIONALE ZEITUNGSMARKT

DIE TAZ UND IHRE ÜBERREGIONALEN MITBEWERBER

Die Gesamtreichweiten der taz national	1
Die Verbreitung der taz im Bundesgebiet	2
Die Basisdaten der überregionalen Tageszeitungen	3

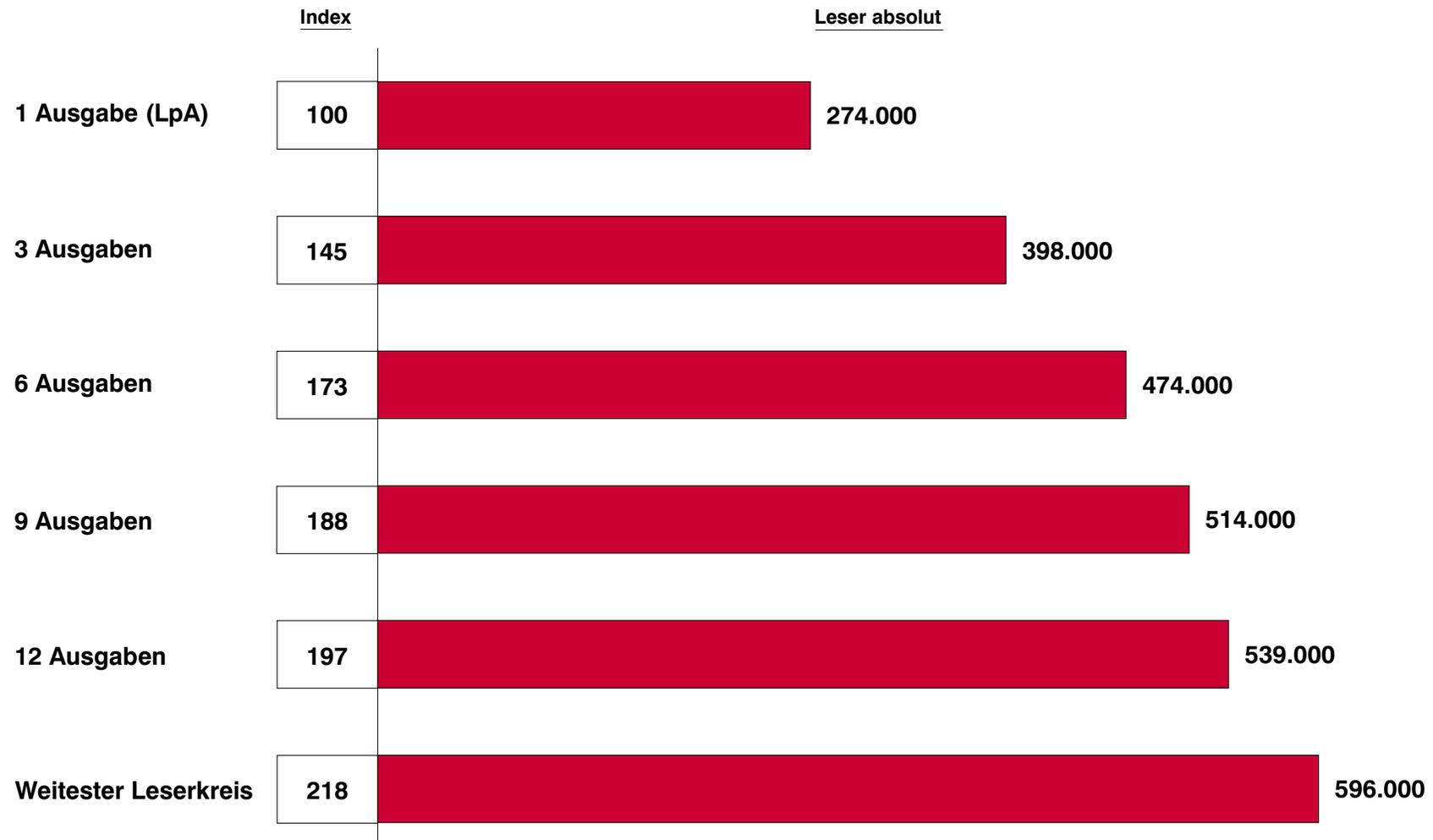
DER LEISTUNGSVERGLEICH IN DEN TOP-ZIELGRUPPEN

Die jüngeren und aktiven Zielgruppen	4
Die jüngeren und gebildeten Zielgruppen	5
Die jüngeren und kaufkräftigen Zielgruppen	6
Die jüngeren und beruflich erfolgreichen Zielgruppen	7

Quelle: MA 2009 Pressemedien II

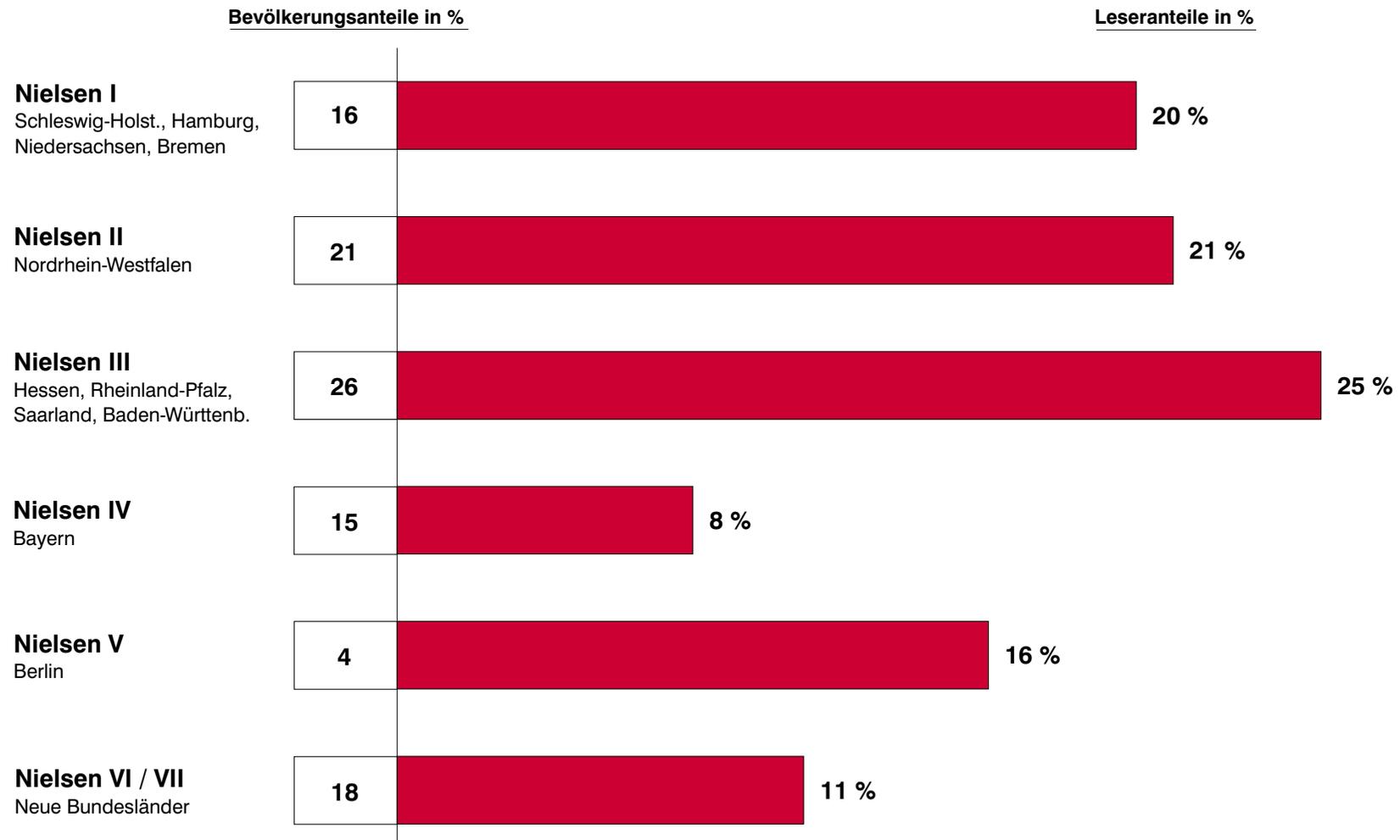
DIE GESAMTREICHWEITEN DER TAZ NATIONAL

Die Gesamtreichweiten in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre bei 1, 3, 6, 9 und 12 Einschaltungen absolut



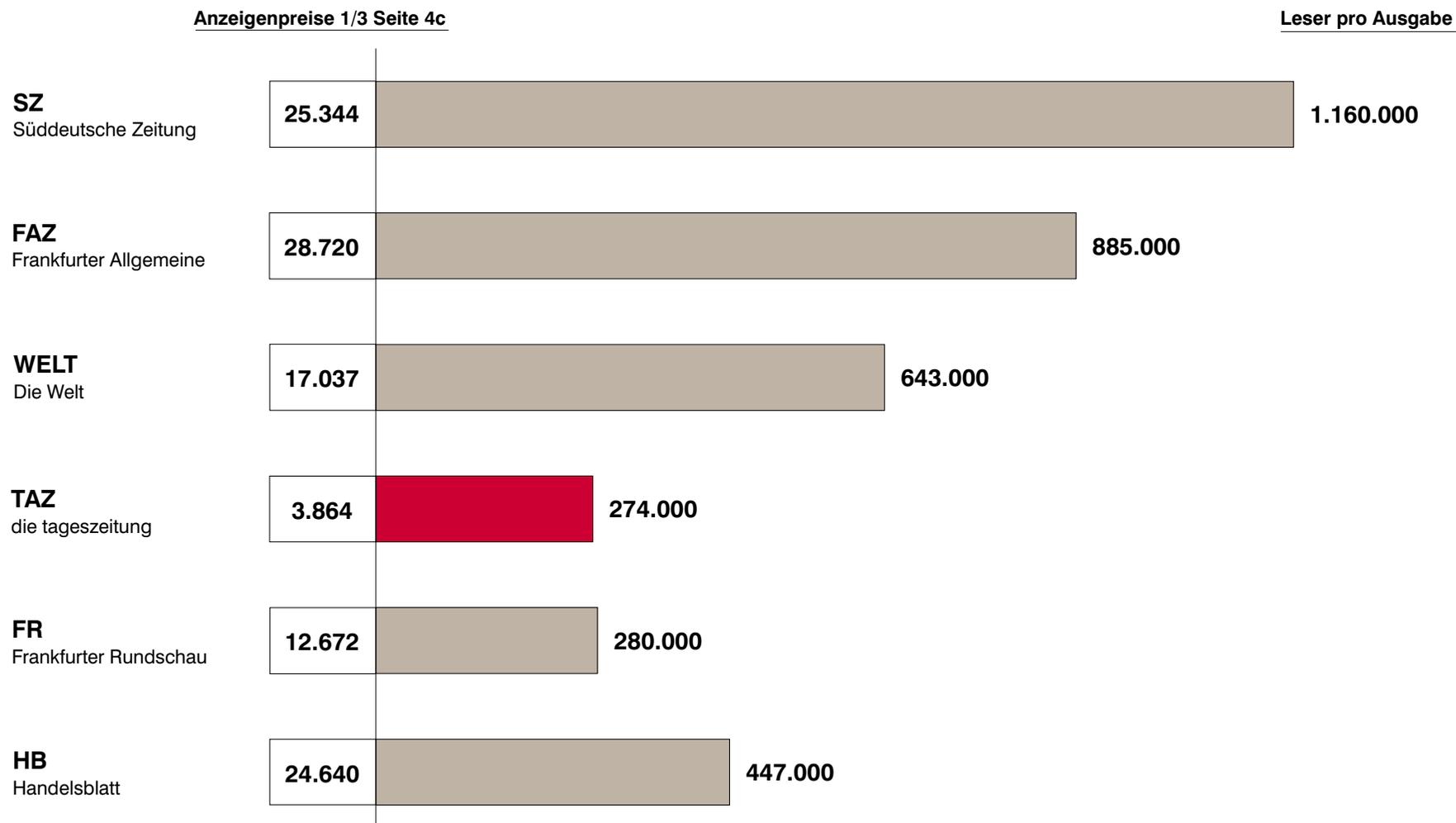
DIE VERBREITUNG DER TAZ IM BUNDESGBIET

Die Leseranteile der taz in den Bundesländern bzw. Nielsen-Gebieten (in %)



DIE BASISDATEN DER ÜBERREGIONALEN TAGESZEITUNGEN

Die Gesamtreichweiten national ab 14 Jahre (Leser pro Ausgabe) und Anzeigenpreise 1/3 Seite 4c

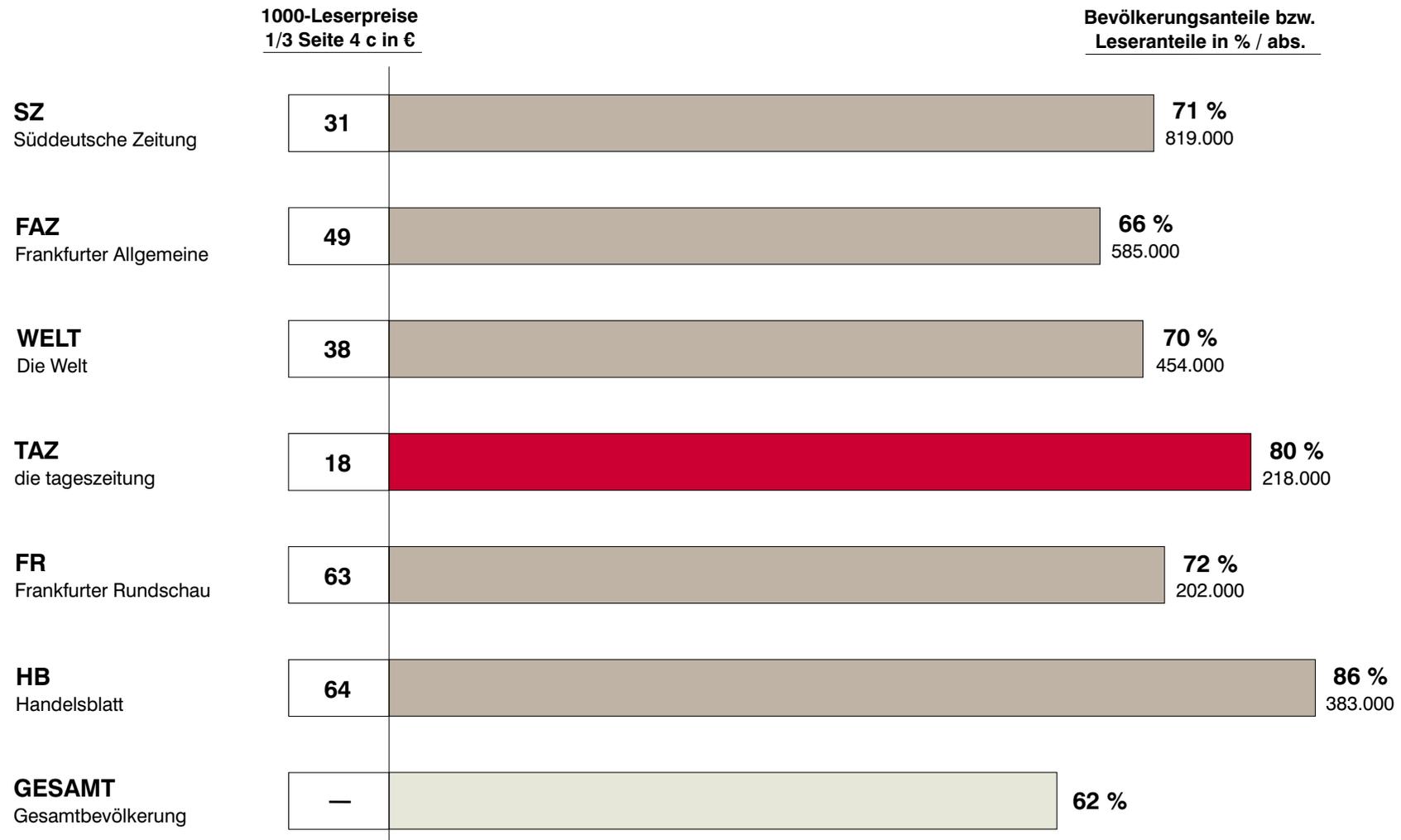


DER LEISTUNGSVERGLEICH

Altersgruppen 20 bis 59 Jahre	4
mit Abitur /Studium	5
mit Haushaltsnettoeinkommen 2.000 € und mehr	6
Selbständige, Freiberufler, leitende und qualifizierte Angestellte und Beamte	7

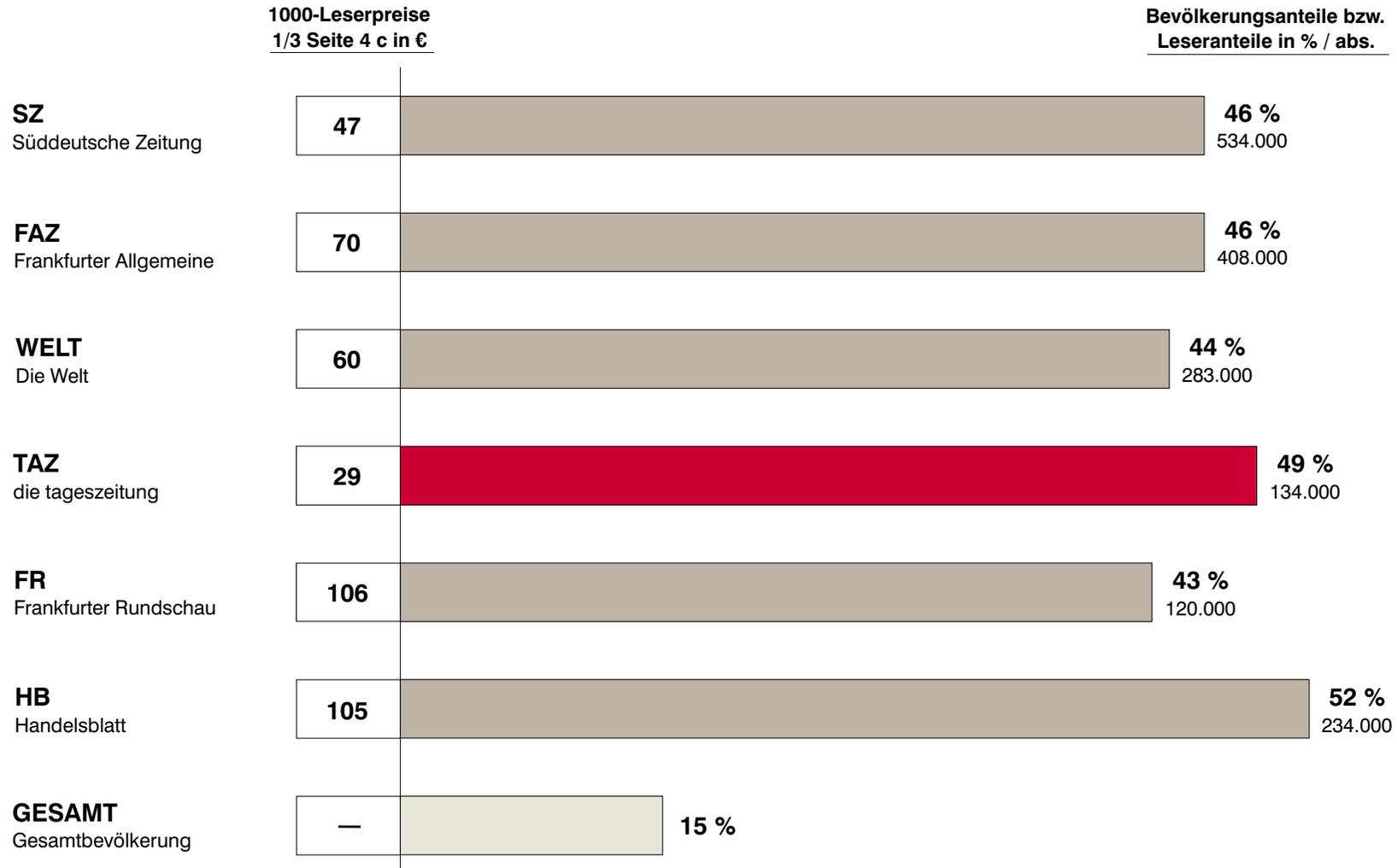
DIE JÜNGEREN UND AKTIVEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 Jahre - Leseranteile in % bzw. absolut und 1000-Leserpreise 1/3 Seite 4c



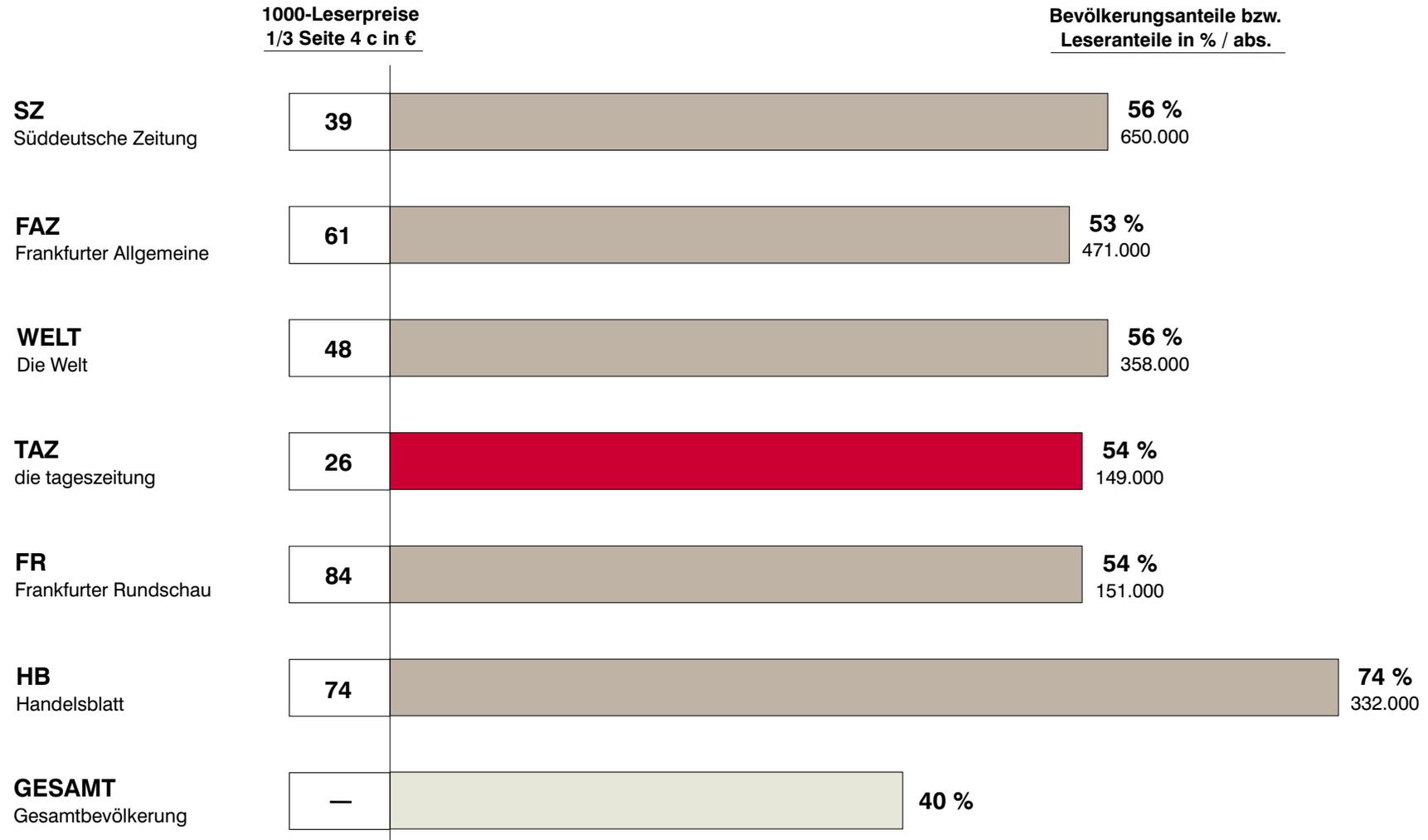
DIE JÜNGEREN UND GEBILDETEN ZIELGRUPPEN

Altersgruppe 20 bis 59 Jahre mit Abitur / Studium - Leseranteile in % bzw. absolut und 1000-Leserpreise 1/3 Seite 4c



DIE JÜNGEREN UND KAUFKRÄFTIGEN ZIELGRUPPEN

Alter 20 bis 59 Jahre mit Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 € und mehr - Leseranteile und 1000-Leserpreise 1/3 Seite 4c



DIE JÜNGEREN ENTSCHEIDER IN WIRTSCHAFT UND VERWALTUNG

Selbständige, Freiberufler, leitende / qualifizierte Angestellte und Beamte (jetziger Beruf des Befragten) - Alter 20 bis 59 Jahre

