



WELT am SONNTAG Copytest

Auswertung der Ergebnisse
Ausgabe vom 17.04.2011

WELT am SONNTAG

Copytest



Ausgabe vom 17. April 2011

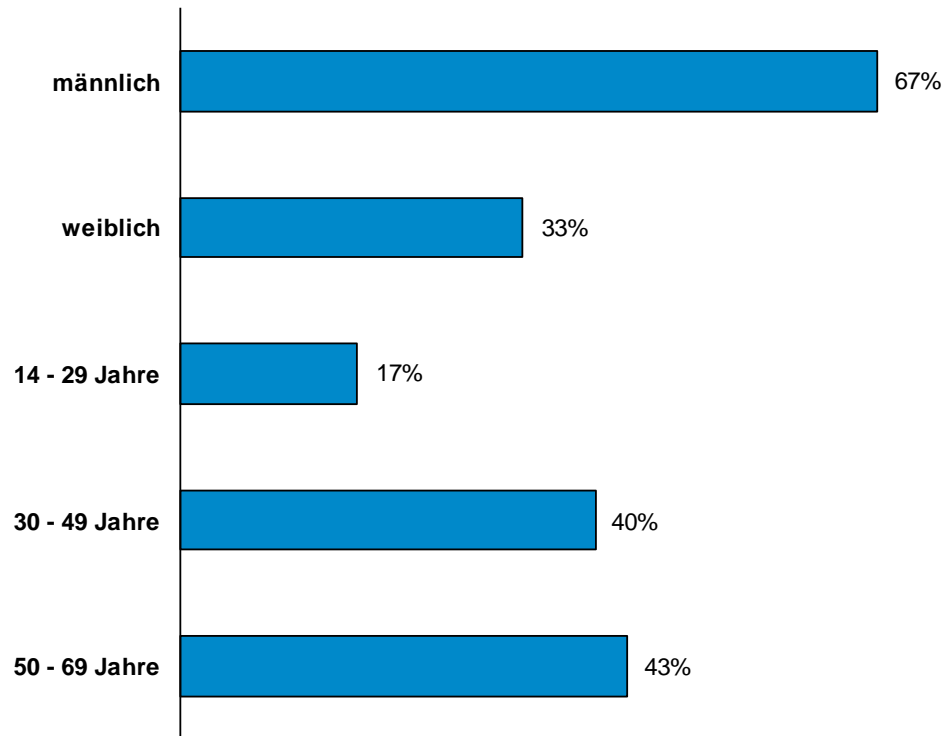
- Grundgesamtheit: Leser/innen der WELT am SONNTAG, 14-69 Jahre
- Stichprobe: Quotenstichprobe, n = 251 Befragte
- Datenerhebung: Face-to-face-Interviews (CAPI) am 17. und 18. April 2011
- Durchführung: TNS Infratest Media Research, München
- Quotierung: gemäß ma 2011 Presse I nach Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit und Nielsegebieten



Soziodemografische Daten

Soziodemografie

Geschlecht und Alter

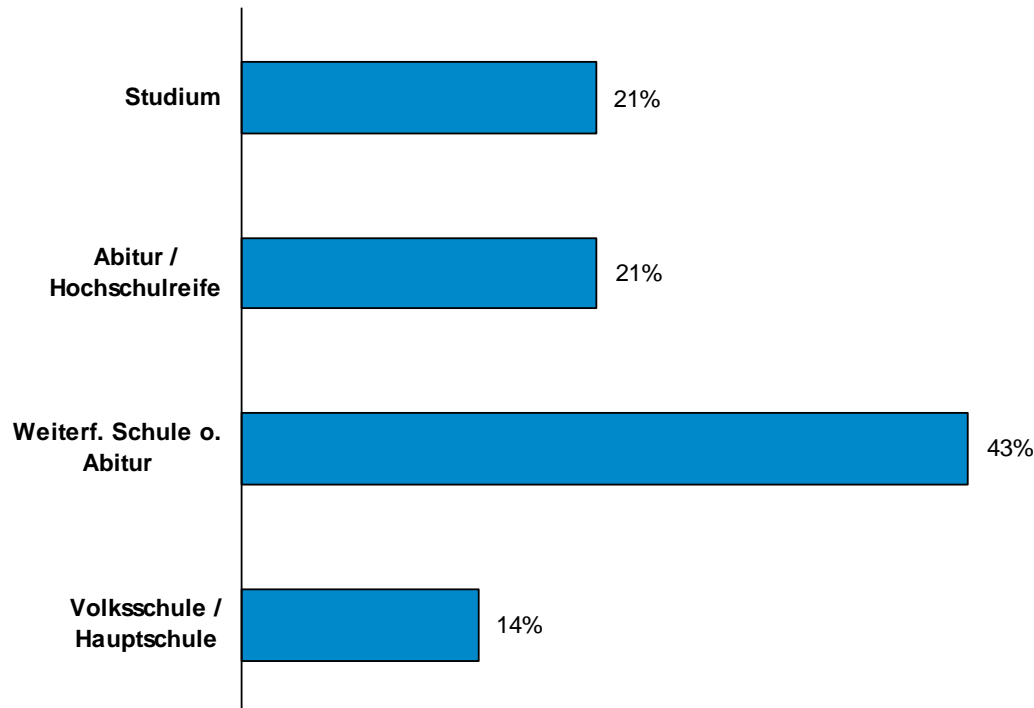


Das Durchschnittsalter der WELT am SONNTAG-Leser beträgt 47 Jahre.

Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Soziodemografie

Schulabschluss

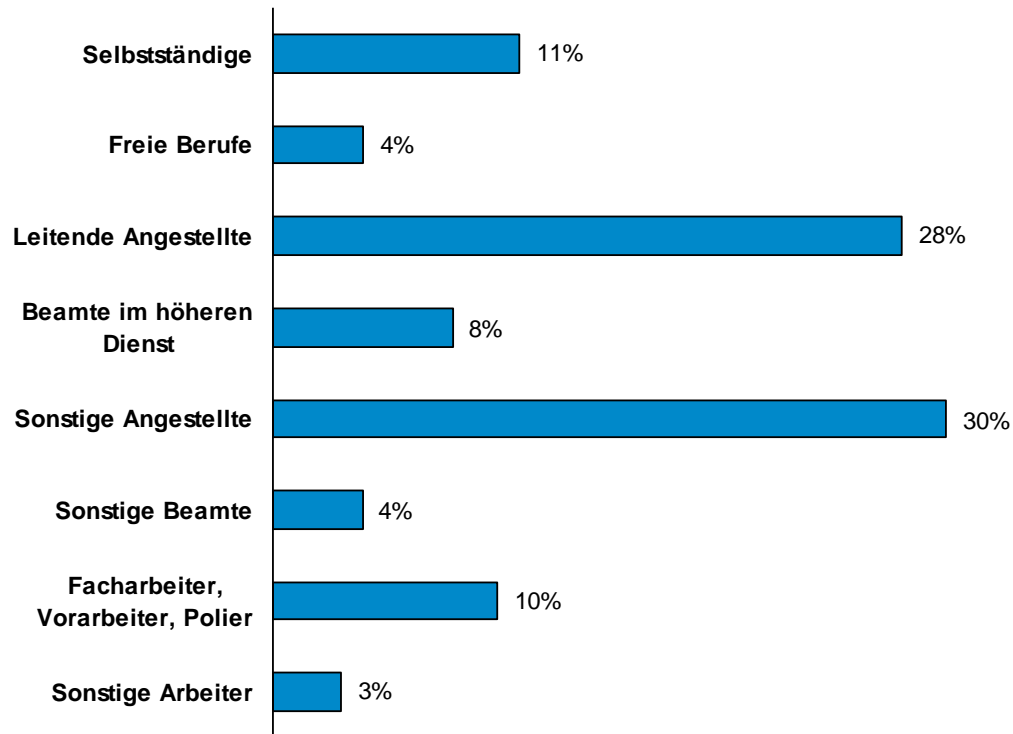


42% der WELT am SONNTAG-Leser besitzen mindestens die Hochschulreife.

Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Soziodemografie

Beruf der Befragten



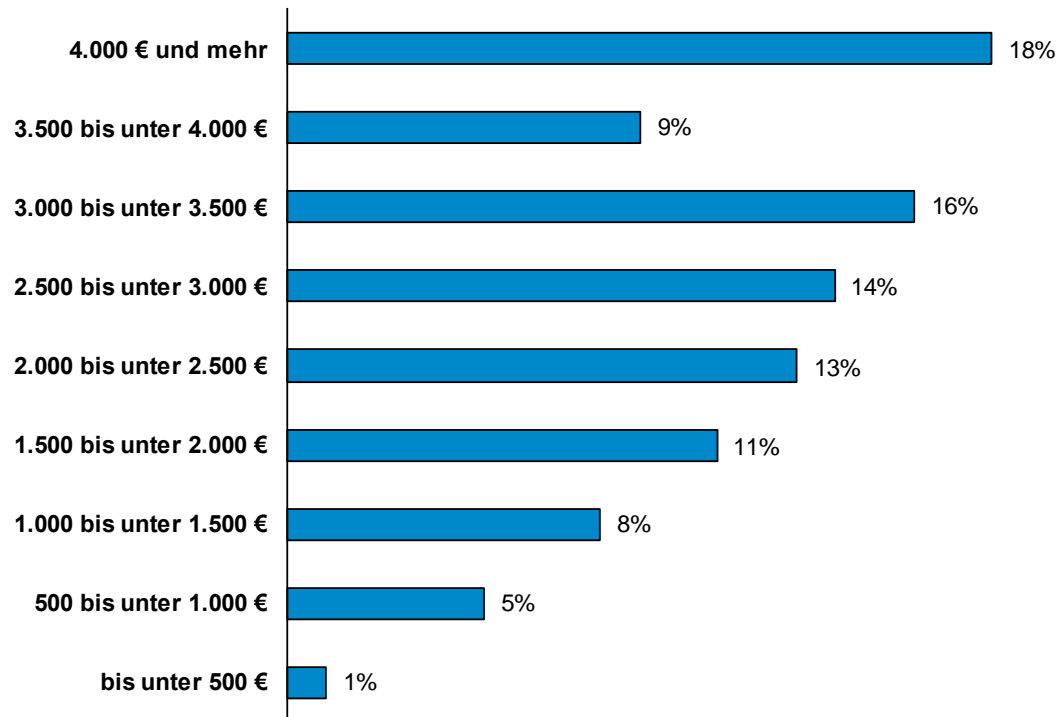
51% der WELT am SONNTAG-Leser gehören der Zielgruppe Freie Berufe, Selbstständige, leitende Angestellte/ Beamte im höheren Dienst an.

Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: 235 Befragte(r) ist berufstätig/vorübergehend arbeitslos/Rentner, Pensionär; übrige 16 Befragte sind (noch) nicht berufstätig

Soziodemografie

Haushalts-Nettoeinkommen



57% aller WELT am SONNTAG-Leser verfügen über ein Haushalts-Nettoeinkommen von monatlich 2.500 € und mehr.

Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte, keine Angabe = 6%

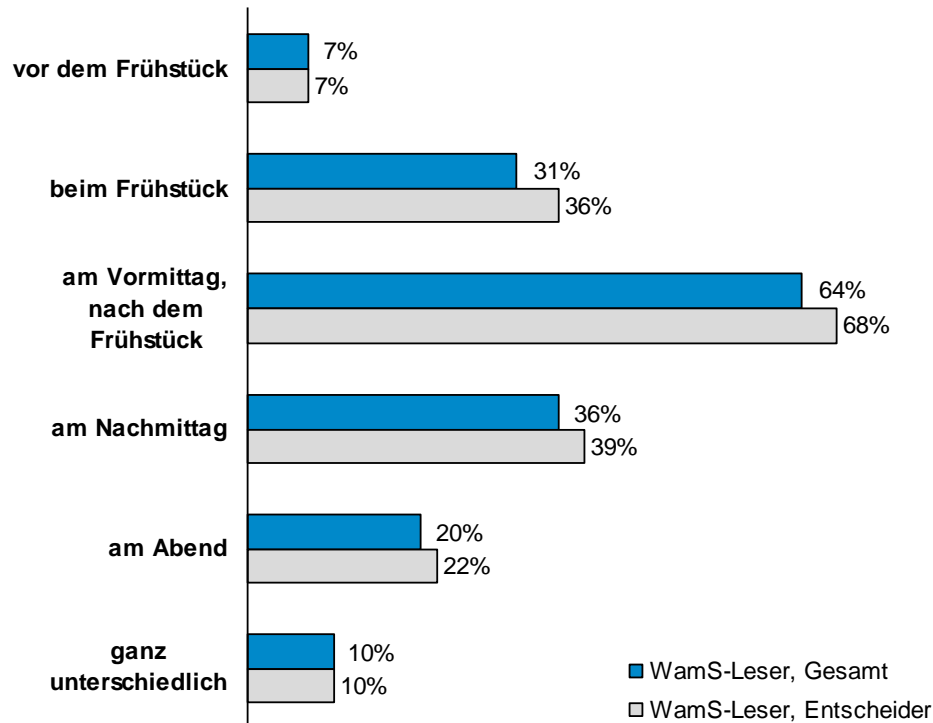


Lesequalitäten WELT am SONNTAG

Lesequalitäten

Lesezeitpunkt

Frage: Wann lesen Sie in erster Line die WELT am SONNTAG?



Mit der WELT am SONNTAG beginnt der Sonntag:

Der Großteil der WELT am SONNTAG-Leser nutzt die WELT am SONNTAG bis zum Mittag.

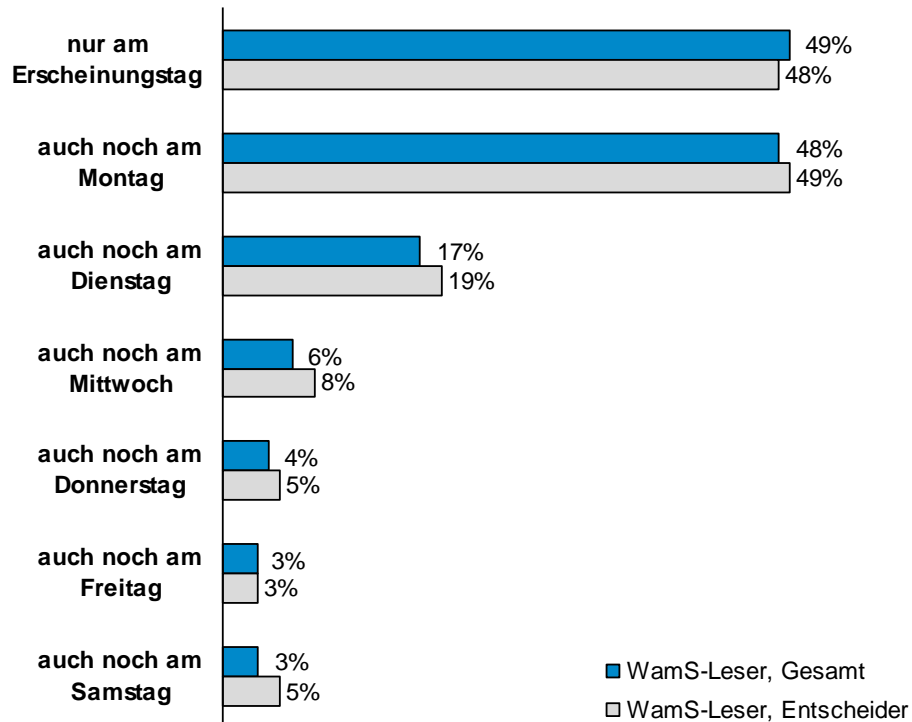
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

Lesetage

Frage: Lesen Sie an den anderen Wochentagen normalerweise auch noch die WELT am SONNTAG?



Mit der WELT am SONNTAG in die kommende Woche starten: 49% der Leser lesen die WELT am SONNTAG nur am Erscheinungstag.

48% lesen die WELT am SONNTAG auch am Montag.

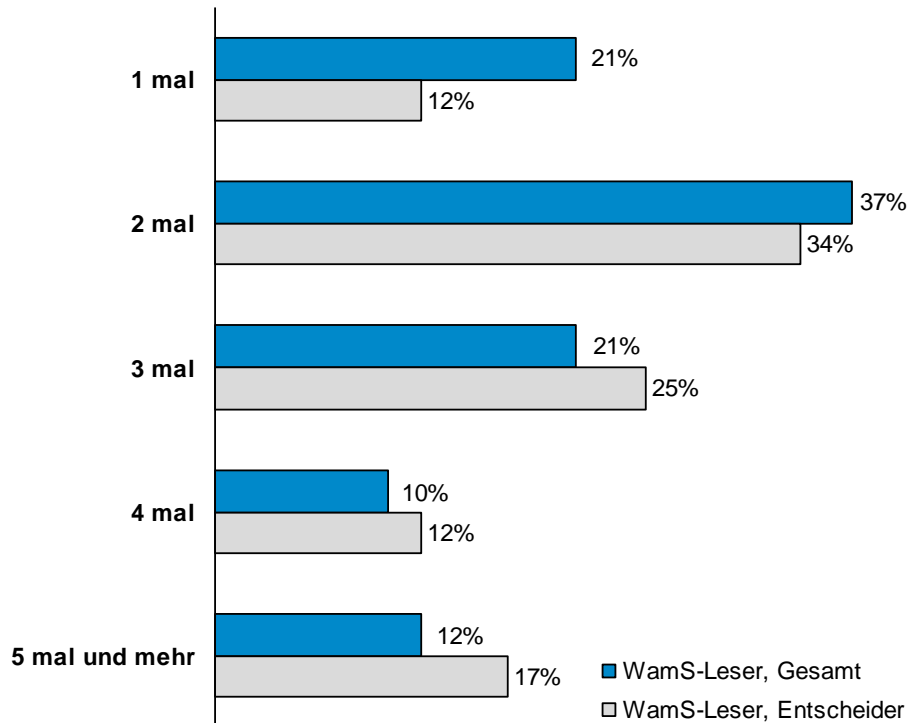
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

In-die-Hand-Nahme

Frage: Wie oft haben Sie die WELT am SONNTAG vom 17.04. zur Hand genommen, um darin zu lesen oder zu blättern?



Die WELT am SONNTAG zu lesen lohnt sich mehrfach:

80% der WELT am SONNTAG-Leser nehmen die Zeitung mindestens zweimal und mehr zur Hand.

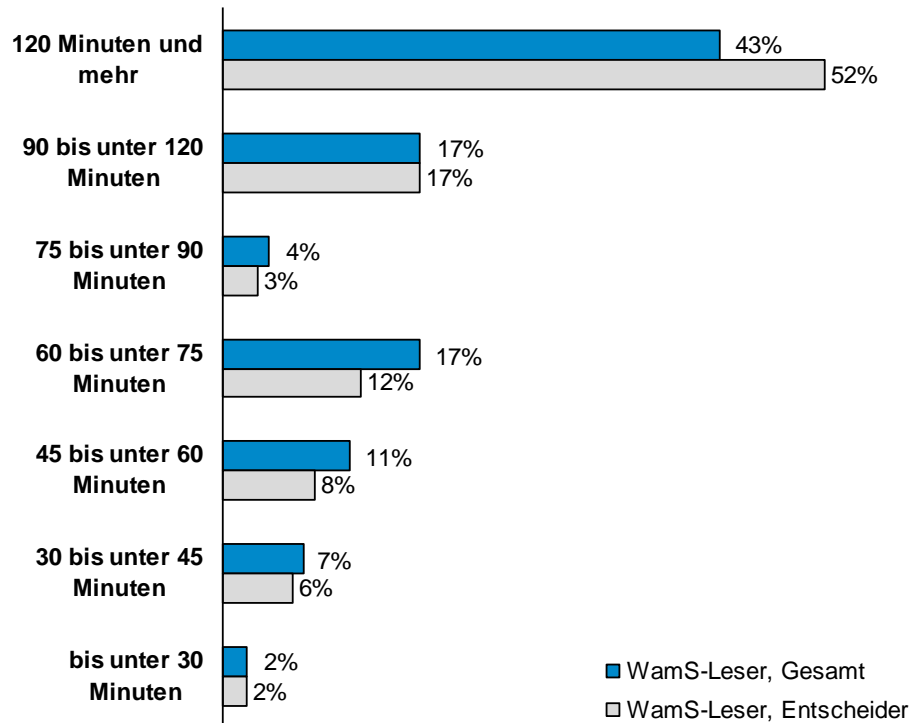
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

Lesedauer

Frage: Wie lange haben Sie in dieser Ausgabe insgesamt gelesen?



Für die WELT am SONNTAG nimmt man sich Zeit:

Die durchschnittliche Lesedauer beträgt 109 Minuten.

Bei den Entscheidern sind es 122 Minuten.

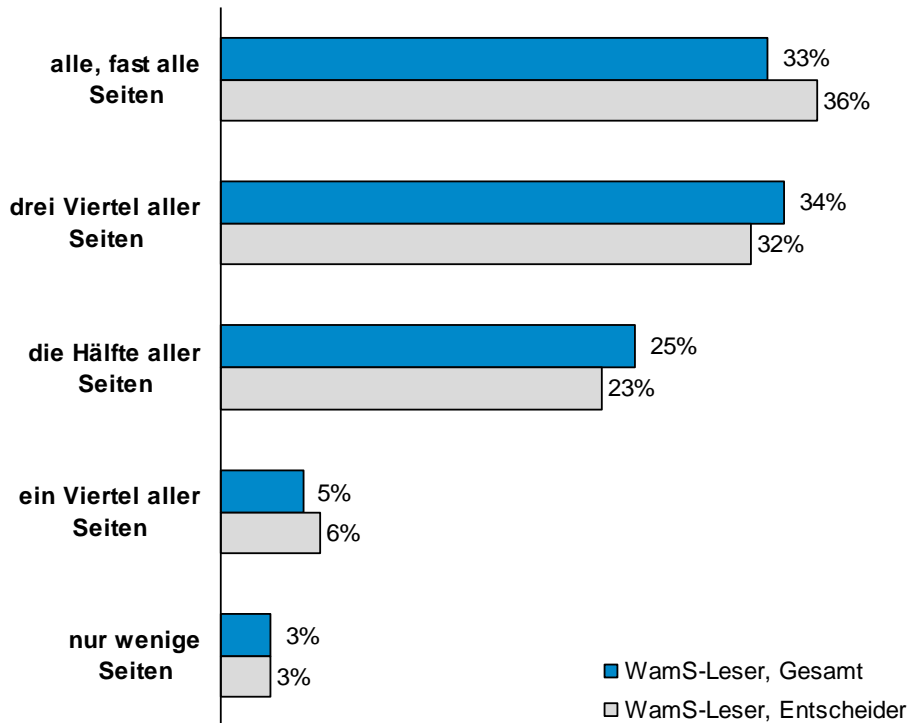
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

Lesemenge

Frage: Wie viele Seiten haben Sie von dieser Ausgabe aufgeschlagen, um dort etwas anzuschauen oder zu lesen?



Die WELT am SONNTAG wird ausführlich genutzt:

92% aller Leser nutzen die Hälfte aller Seiten und mehr.

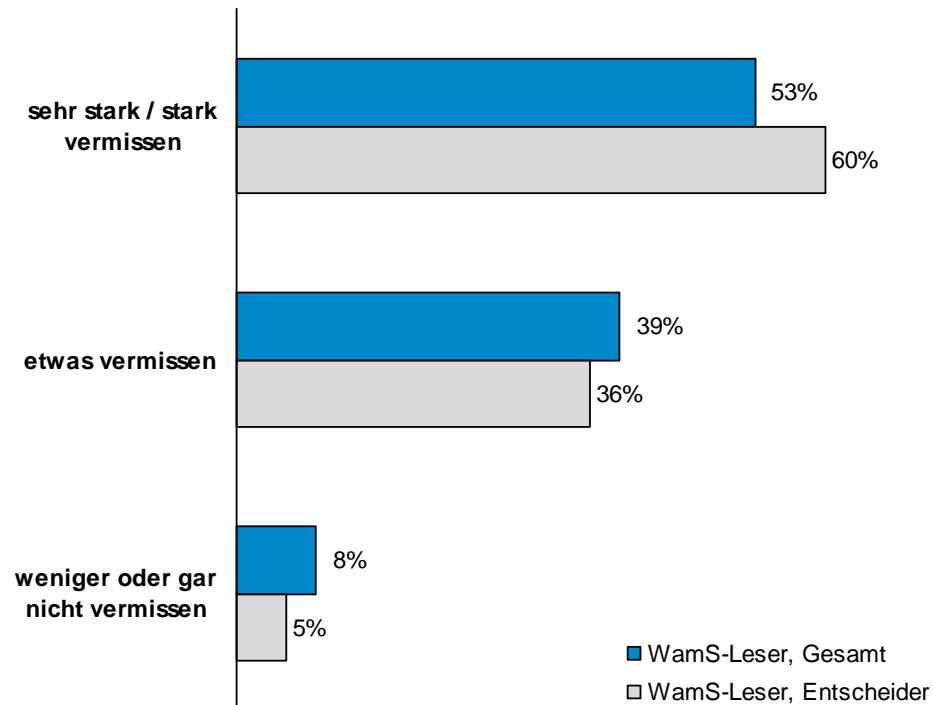
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

Bindung

Frage: Einmal angenommen, die WELT am SONNTAG gäbe es nicht mehr, würden Sie die WELT am SONNTAG ...



Die Bindung an die WELT am SONNTAG ist stark:

96% der Entscheider und 92% aller WELT am SONNTAG-Leser würden ihre Zeitung vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe.

Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst)

Lesequalitäten

Zusammenfassung

Für die WELT am SONNTAG nimmt man sich Zeit:
Durchschnittlich **109 Minuten** lesen WELT am SONNTAG-Leser insgesamt in ihrer Zeitung.
Bei den Entscheidern sind es **122 Minuten**.

Die WELT am SONNTAG wird ausführlich gelesen:
92% aller Leser bzw. 91% aller Entscheider lesen die Hälfte aller Seiten
und mehr.

Mit der WELT am SONNTAG beginnt der Start in den Sonntag:
Am Mittag hat die Mehrzahl aller Leser die WELT am SONNTAG bereits gelesen.

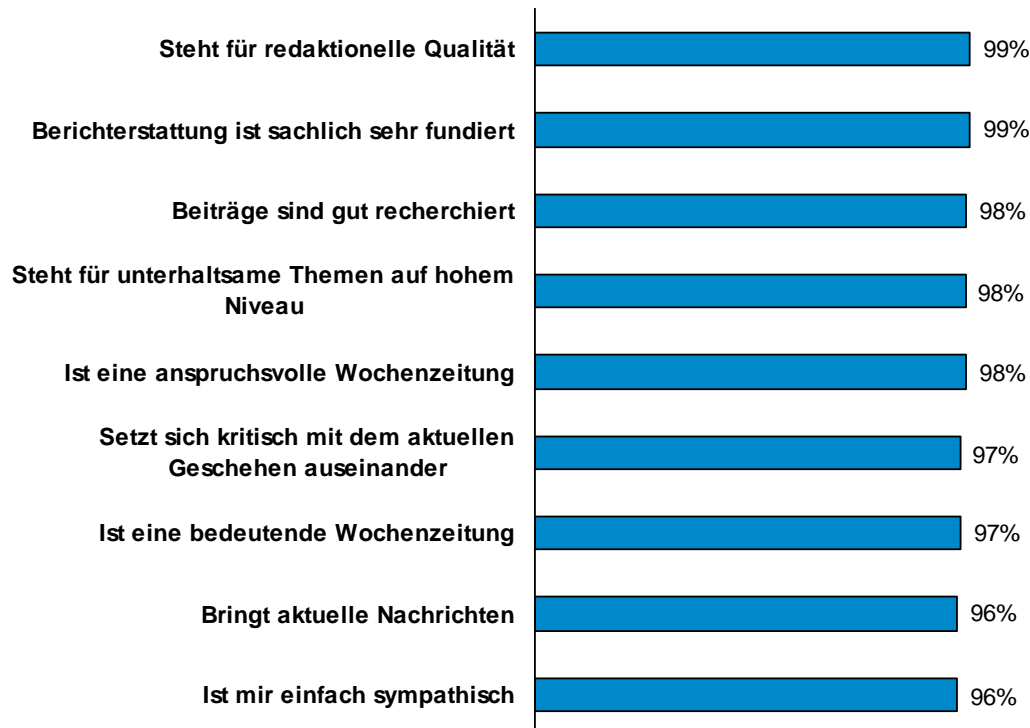
Starke Bindung an die WELT am SONNTAG:
96% der Entscheider und **92%** aller Leser würden die WELT am SONNTAG vermissen,
wenn es sie nicht mehr gäbe.



Meinungen über die WELT am SONNTAG

Meinungen Bewertung

Frage: Sagen Sie mir bitte zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.



Die WELT am SONNTAG ist eine anspruchsvolle und qualitativ hochwertige Wochenzeitung.

Sie steht für sehr fundierte Berichterstattung und aktuelle, gut recherchierte Beiträge.

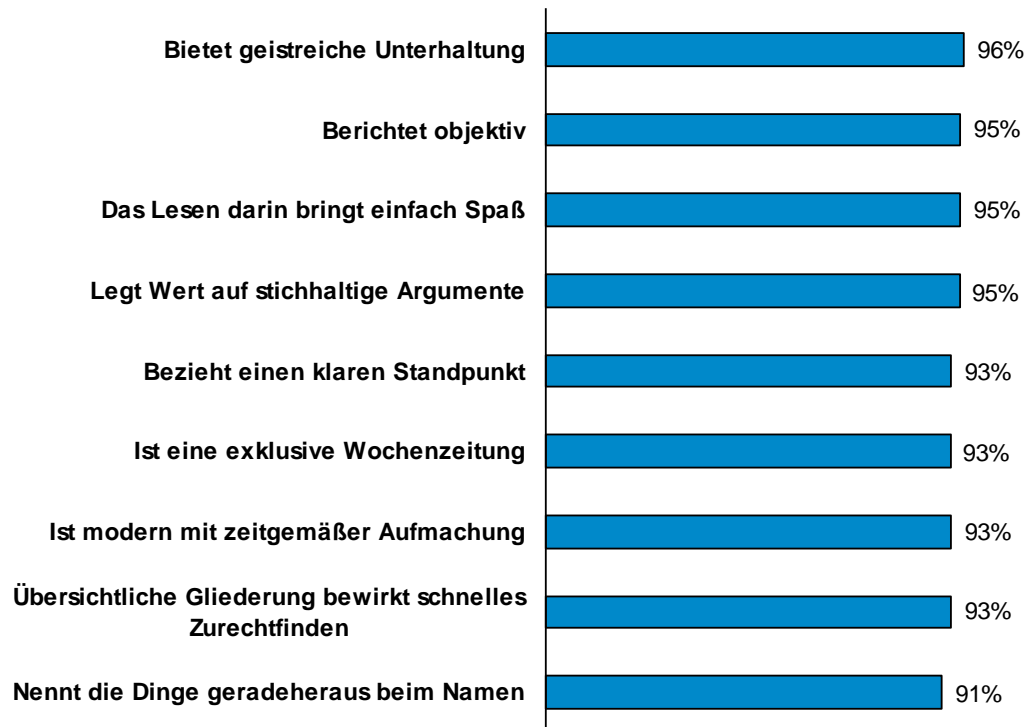
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Antworten: stimme voll und ganz / überwiegend zu

Meinungen

Bewertung

Frage: Sagen Sie mir bitte zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.



Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Antworten: stimme voll und ganz / überwiegend zu

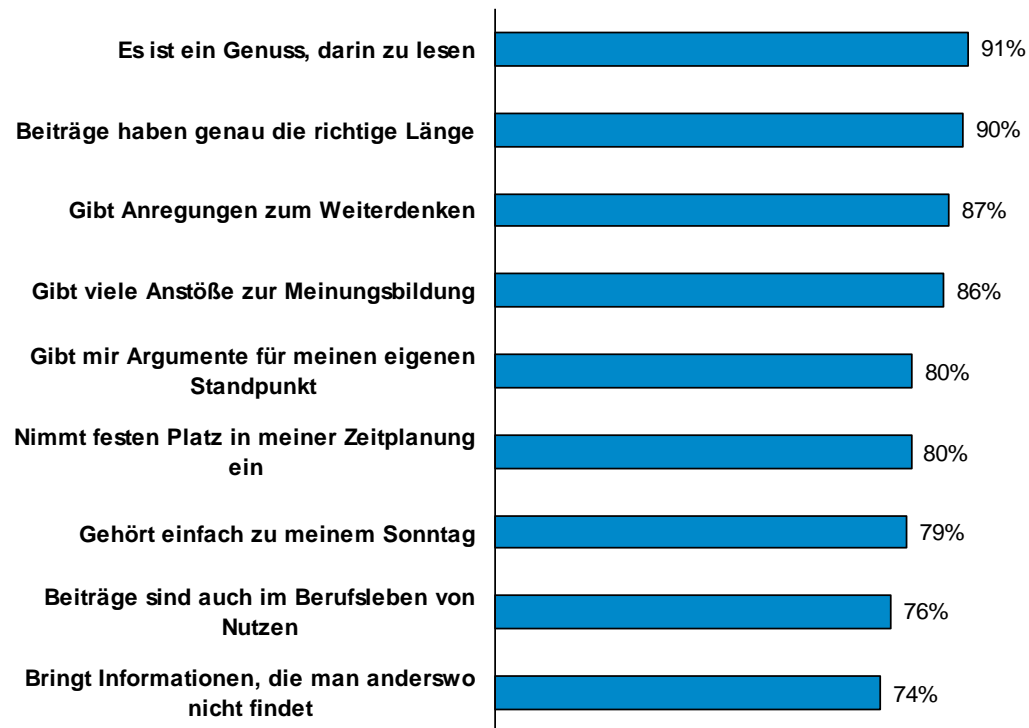
Die bedeutende Wochenzeitung WELT am SONNTAG berichtet objektiv und wirkt sympathisch.

Sie regt ihre Leser zum Weiterdenken an und bietet ihnen geistreiche Unterhaltung.

Meinungen

Bewertung

Frage: Sagen Sie mir bitte zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.



Die exklusive Wochenzeitung WELT am SONNTAG gehört für die Leser zum Sonntag und nimmt einen festen Platz in der Zeitplanung ein.

Es ist den Lesern ein Genuss, darin zu lesen und bringt Informationen, die man anderswo nicht findet.

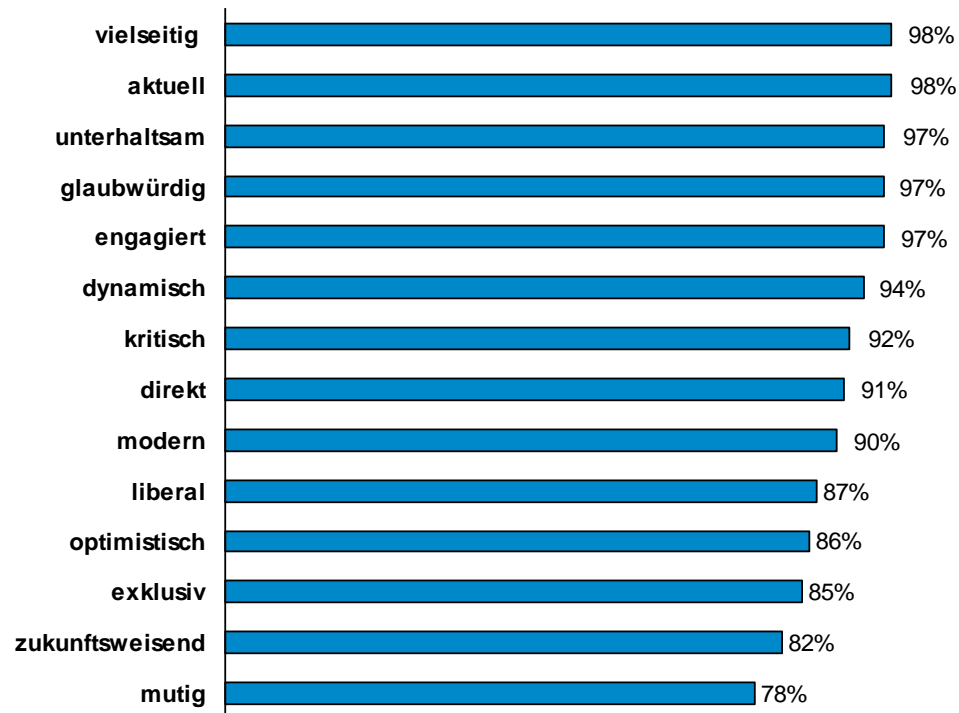
Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Antworten: stimme voll und ganz / überwiegend zu

Meinungen

Eigenschaften

Frage: Sagen Sie zu jeder Eigenschaft, wie stark sie Ihrer Meinung nach auf die WELT am SONNTAG zutrifft.



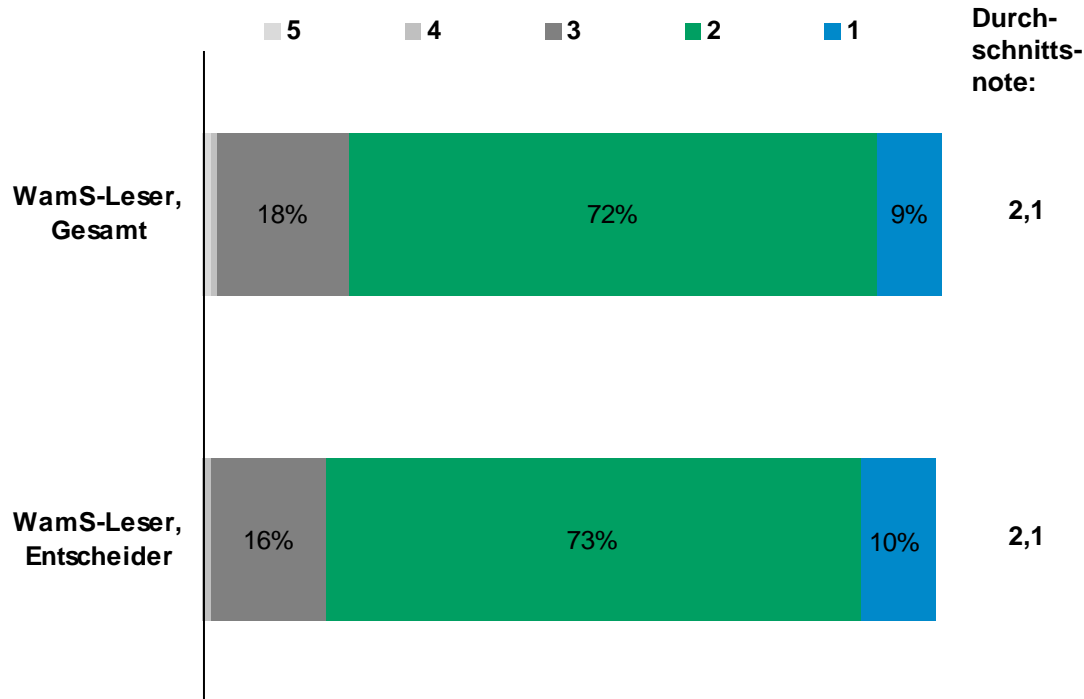
Die WELT am SONNTAG ist vielseitig, aktuell, unterhaltsam, glaubwürdig und engagiert.

Eine dynamische Zeitung, die sowohl kritisch als auch direkt ist.

Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: Gesamt 251 Befragte, Antwort: trifft voll und ganz/etwas zu

Meinungen Bewertungen

Frage: Welche Schulnote geben Sie der WELT am SONNTAG?



Beste Noten für die WELT am SONNTAG:

81% aller Leser und sogar 83% der Entscheider geben der WELT am SONNTAG die Noten 1 oder 2!

Quelle: TNS Infratest, April 2011

Basis: Gesamt 251 Befragte, Entscheider 120 = FSLAB (Freiberufler, Selbstständige, Leitende Angestellte, Höherer Dienst), 6 wurde nicht vergeben

Meinungen

Zusammenfassung

Die WELT am SONNTAG besticht durch journalistische Qualität:
Sachlich sehr fundierte und gut recherchierte Beiträge machen das journalistische Wesen der WELT am SONNTAG aus.

Die WELT am SONNTAG ist modern:
Die übersichtliche Gliederung gibt der WELT am SONNTAG eine zeitgemäße Optik.

Die WELT am SONNTAG trifft inhaltlich voll den Geschmack ihrer Leser:
Unsere Leser empfinden die WELT am SONNTAG als vielseitig, aktuell, engagiert und kritisch.
So eine Zeitung macht Spaß zu lesen. Das sagen **95%** der WELT am SONNTAG-Leser.

Beste Noten für die WELT am SONNTAG :
81% aller Leser und sogar **83%** der Entscheider geben der WELT am SONNTAG die **Note 1 oder 2!**

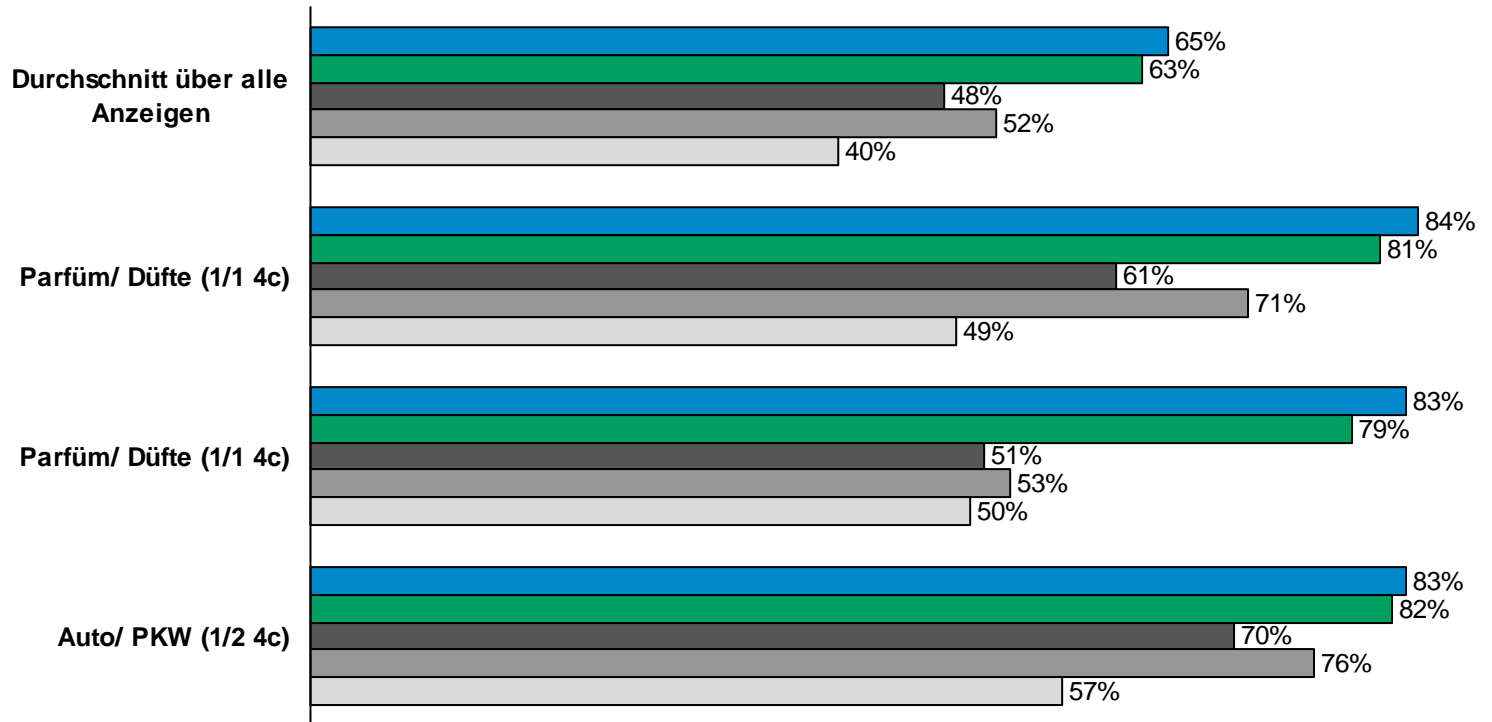


Anzeigenbeachtung

Anzeigenbeachtung

Gute Werte für Ihre Anzeigen!

■ Anzeige bemerkt
 ■ Bild angesehen
 ■ Überschrift gelesen
 ■ Marke/Firma bemerkt
 ■ min. 1/2 Text gelesen

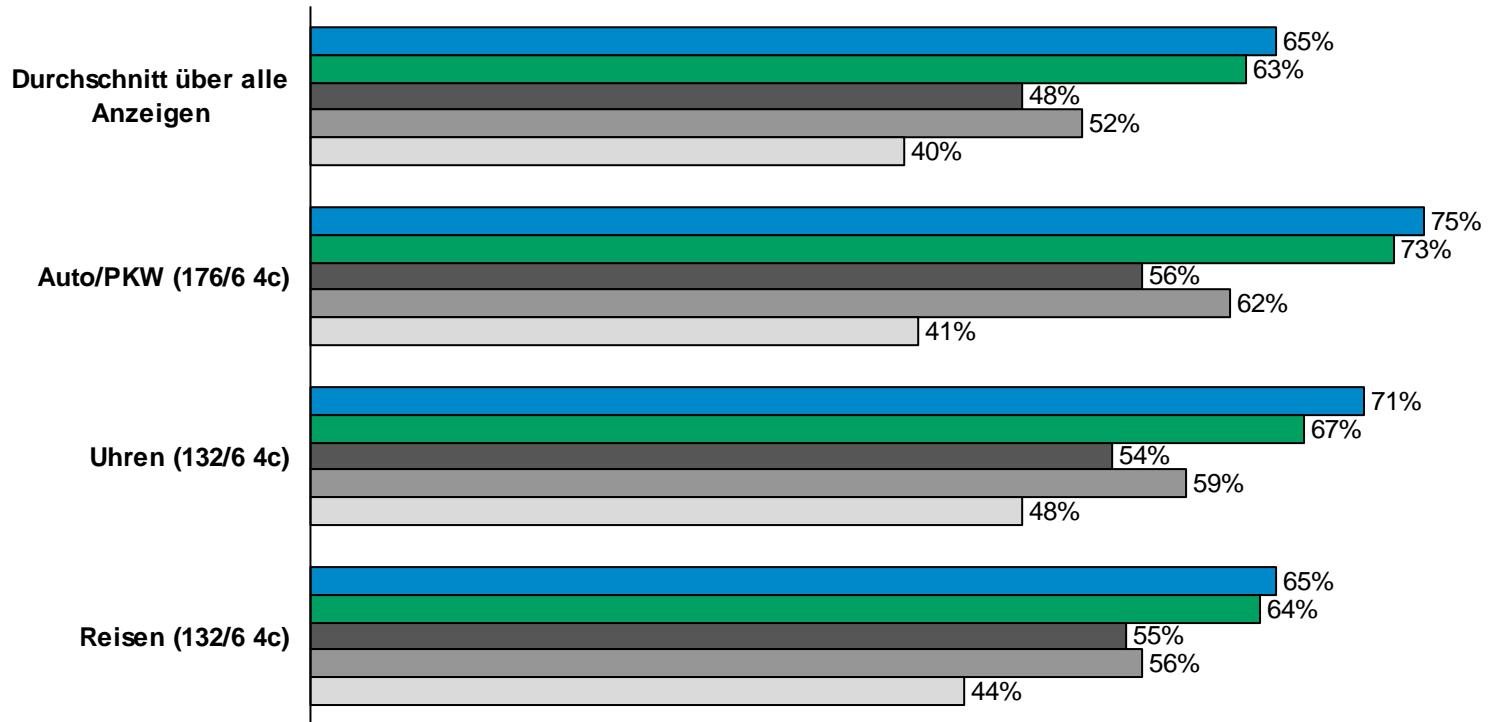


Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Anzeigenbeachtung

Gute Werte für Ihre Anzeigen!

■ Anzeige bemerkt
 ■ Bild angesehen
 ■ Überschrift gelesen
 ■ Marke/Firma bemerkt
 ■ min. 1/2 Text gelesen

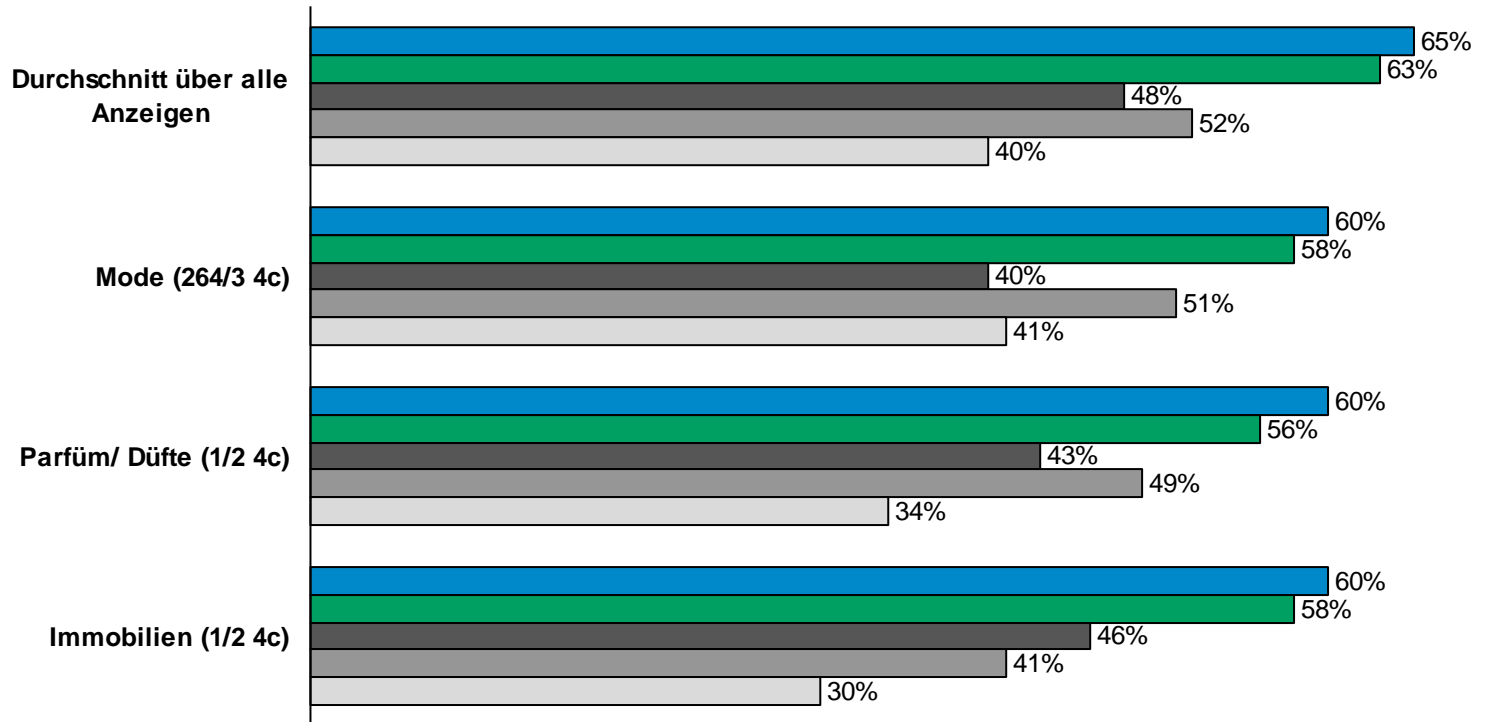


Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Anzeigenbeachtung

Gute Werte für Ihre Anzeigen!

■ Anzeige bemerkt
 ■ Bild angesehen
 ■ Überschrift gelesen
 ■ Marke/Firma bemerkt
 ■ min. 1/2 Text gelesen

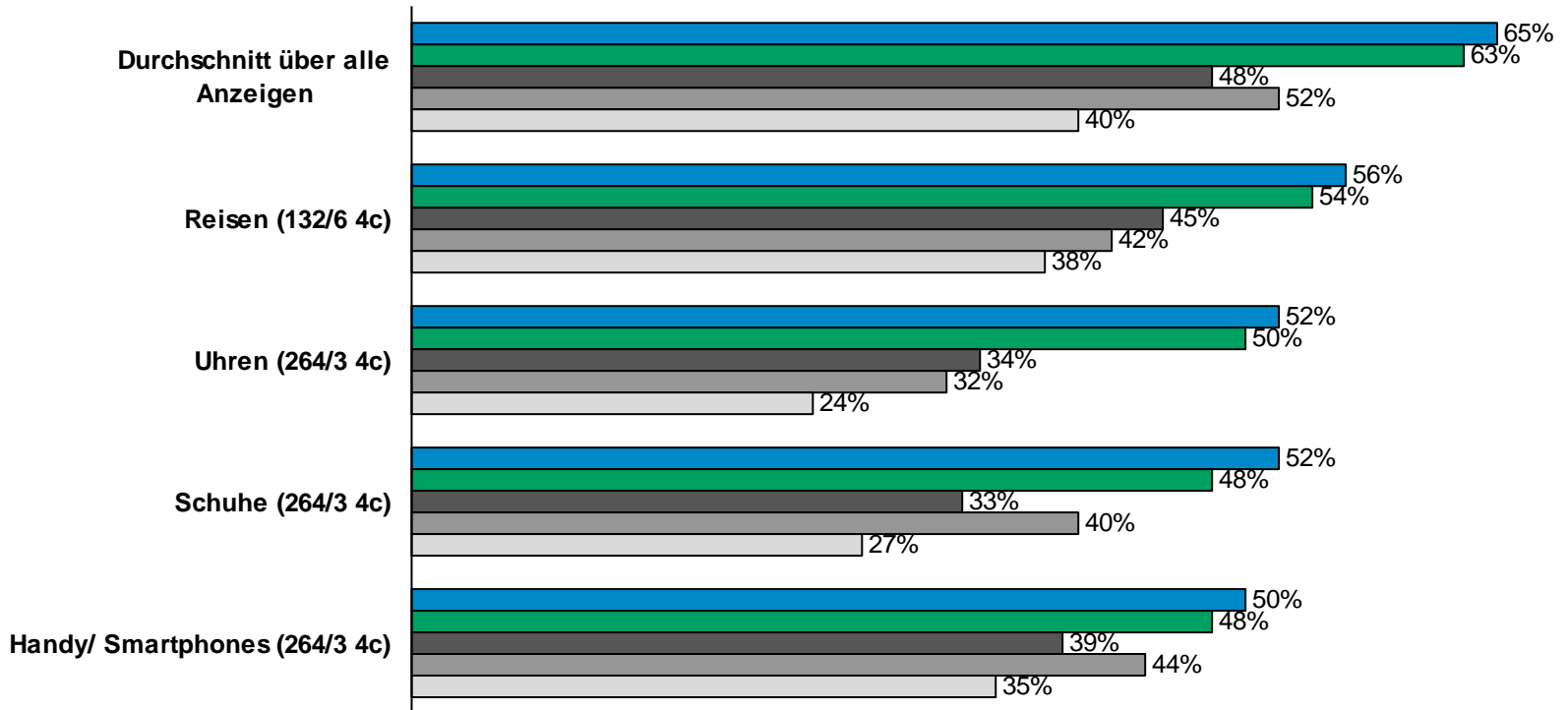


Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Anzeigenbeachtung

Gute Werte für Ihre Anzeigen!

■ Anzeige bemerkt
 ■ Bild angesehen
 ■ Überschrift gelesen
 ■ Marke/Firma bemerkt
 ■ min. 1/2 Text gelesen



Quelle: TNS Infratest, April 2011
Basis: 251 Befragte

Fazit

WELT am SONNTAG ...

- wird intensiv genutzt und lange gelesen
- ist vielseitig, aktuell, modern, sympathisch und vieles mehr
- bietet gute Beachtungswerte für Ihre Anzeige.

Fazit



DIE WELT GEHÖRT DENEN, DIE NEU DENKEN.

Kontakt

Verlagsvertretungen im Inland

1. Region Nord

Marco Hentschel
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg
Tel.: 0 40 / 347 273 05
Fax: 0 40 / 347 273 91
e-mail: marco.hentschel@axelspringer.de

2. Region West

Oliver Spiller
Neuer Zollhof 1
40221 Düsseldorf
Tel.: 02 11 / 159 268 22
Fax: 02 11 / 159 268 21
e-mail: oliver.spiller@axelspringer.de

3. Region Mitte

Stefan Jung
Mittlerer Hasenpfad 25
60598 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69 / 96 23 85 45
Fax: 0 69 / 96 23 85 49
e-mail: stefan.jung@axelspringer.de

4. Region Süd-West

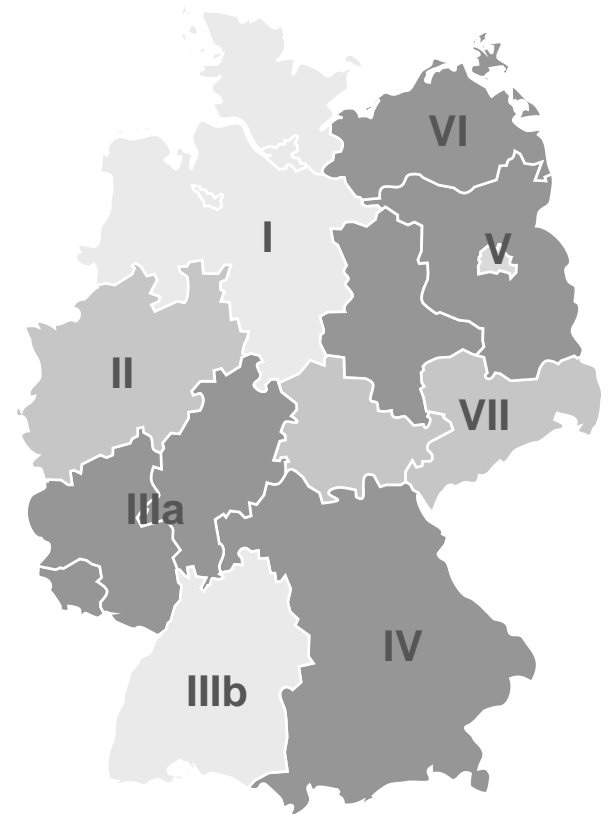
Daniela Weh
Zeppelinstr. 116
73730 Esslingen
Tel.: 07 11 / 31 99 123
Fax: 07 11 / 31 99 130
e-mail: daniela.weh@axelspringer.de

5. Region Süd

Andreas Kobza
Isartorplatz 8
80331 München
Tel.: 0 89 / 211 03 405
Fax: 0 89 / 211 03 104
e-mail: andreas.kobza@axelspringer.de

6. Region Ost

Benjamin Schroth
Axel-Springer-Str. 65
10888 Berlin
Tel.: 0 30 / 25 91 715 42
Fax: 0 30 / 25 91 715 43
e-mail: benjamin.schroth@axelspringer.de



Kontakt

Verlagsvertretungen im Ausland

Benelux

Anita Rodwell
 Mediawire International
 Gooiersef 254c
 1276 KZ Huizen
 Tel.: +31 (0) 651 480 108
 Fax: +31 (0) 355 33 59 85
 E-mail: info@mediawire.nl

Frankreich

Jean-Robert Mamin
 Axel Springer Media France
 68, rue Marjolin
 F-92309 Levallois-Perret Cedex
 Telefon +33 (0) 1 55 62 09 90
 Telefax +33 (0) 1 55 62 04 89
 E-Mail: adsales.france@axelspringer.de

Großbritannien/ Irland

Alex McKibbin
 Axel Springer AG – UK Branch
 2 Princeton Court
 53/55 Felsham Road
 GB-London SW15 1BY
 Telefon +44 (0) 20 87 89 49 29
 Telefax +44 (0) 20 87 89 48 01
 E-Mail: adsales.uk@axelspringer.de

Italien

Cristiano Merlo
 Axel Springer Media Italia S.r.l.
 Via Leopardi No 21
 I-20123 Mailand
 Telefon +39 (0) 02 43 98 18 65
 Telefax +39 (0) 02 43 40 04 25
 E-Mail: info@axelspringer.it

Schweiz

Alain Lamy
 Publicitas International AG
 Kornhausgasse 5/7
 CH-4002 Basel
 Tel.: +41 (61) 275 46 20
 Fax: +41 (61) 275 47 79
 E-mail: alain.lamy@publicitas.com

Spanien / Portugal

María Navarro
 Publicitas International S.A.
 C/Goya 21, 1 Dcha.
 E-28001 Madrid
 Telefon +34 (0) 91 3 23 79 16
 Telefax +34 (0) 91 3 23 79 23
 E-Mail: adsales.spain@axelspringer.de

Österreich

Kathi Andresen
 Axel Springer AG
 Advertising Sales International
 Axel-Springer-Platz 1
 20350 Hamburg
 Telefon +49 (0) 40 3 47-2 49 50
 Telefax +49 (0) 40 3 47-2 55 40
 E-Mail: kathi.andresen@axelspringer.de

Central Coordinated International Markets

Patrizia Tealdi-Thorn
 Axel Springer AG
 Advertising Sales International
 Axel-Springer-Straße 65
 10888 Berlin
 Telefon +49 (0) 30 25 91-7 25 50
 Telefax +49 (0) 30 25 91-7 25 55
 E-Mail: patrizia.tealdi@axelspringer.de

U.S.A.

Michael Monheim
 Axel Springer Group Inc.
 286 Madison Avenue, Suite 2001
 USA-New York, NY 10017
 Telefon +1 (0) 21 29 72 17 20
 Telefax +1 (0) 21 29 72 17 24
 E-Mail: adsales.usa@axelspringer.de