



DIE WELT App HD Nutzerstudien

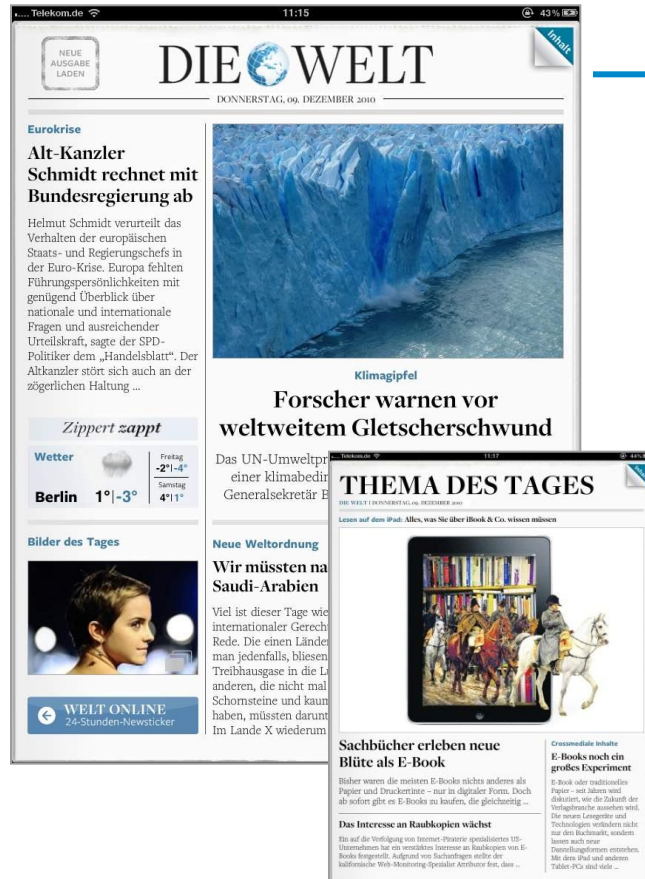
August/September 2011

Die WELT HD ist die Nummer 1 der deutschen Tageszeitungen auf dem iPad

- 1.** Kurzportrait DIE WELT HD
- 2.** Leserschaft
- 3.** Nutzung
- 4.** Kontaktdaten



Die WELT HD ist die Nummer 1 der deutschen Tageszeitungen auf dem iPad



- **Erste deutsche Tageszeitung** auf dem iPad: Start im Mai 2010
- **Klarheit und Eleganz** der klassischen Tageszeitung kombiniert mit den **Möglichkeiten** des iPad
- **Meistgeladene App** einer deutschen Zeitung: **Über 460.000 Downloads**
- **Meistverkaufte App** einer deutschen Zeitung: Seit Monaten Top-Position im Umsatzranking des iTunes-Stores
- **App des Jahres 2010** im iTunes Store
- **30.000 einzelne Leser pro Woche – garantiert.***

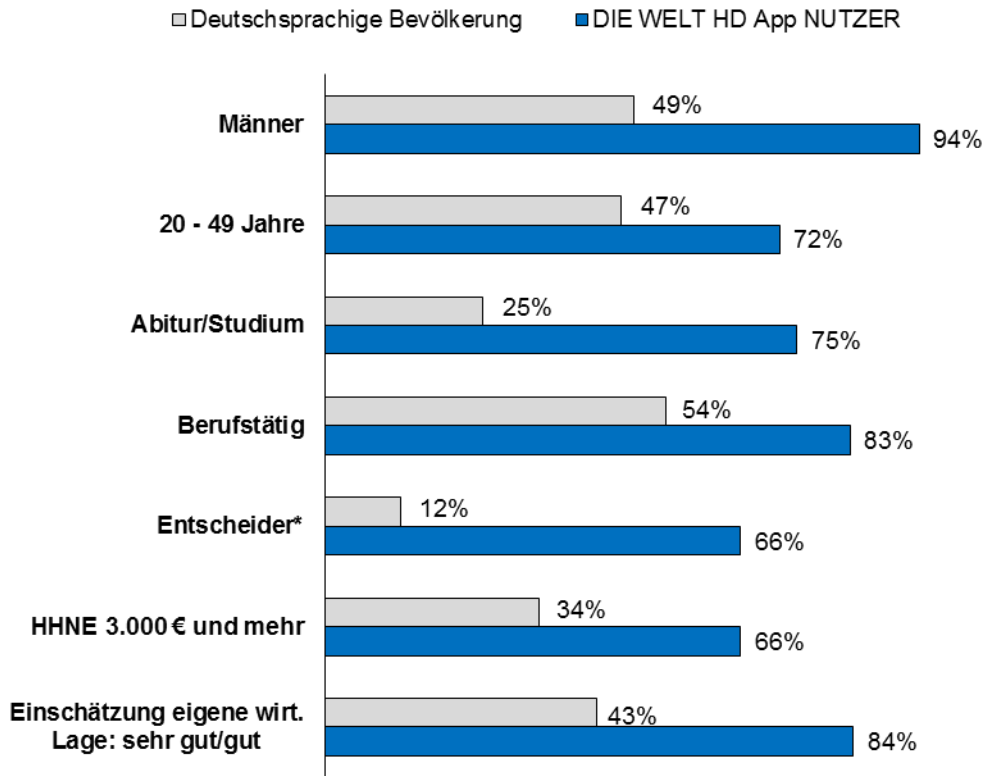
*Quelle: Eigene Erhebung – Webtrekk August 2011; Durchschnittswerte Juli-August 2011



Befragung der WELT HD-Leser im Juli 2011

Zielgruppe:	Nutzer der WELT HD App
Stichprobenumfang:	n=190
Erhebungszeitraum:	06. - 21.07.2011
Interviewdauer:	ca. 20 Minuten

DIE WELT HD App Nutzerprofil

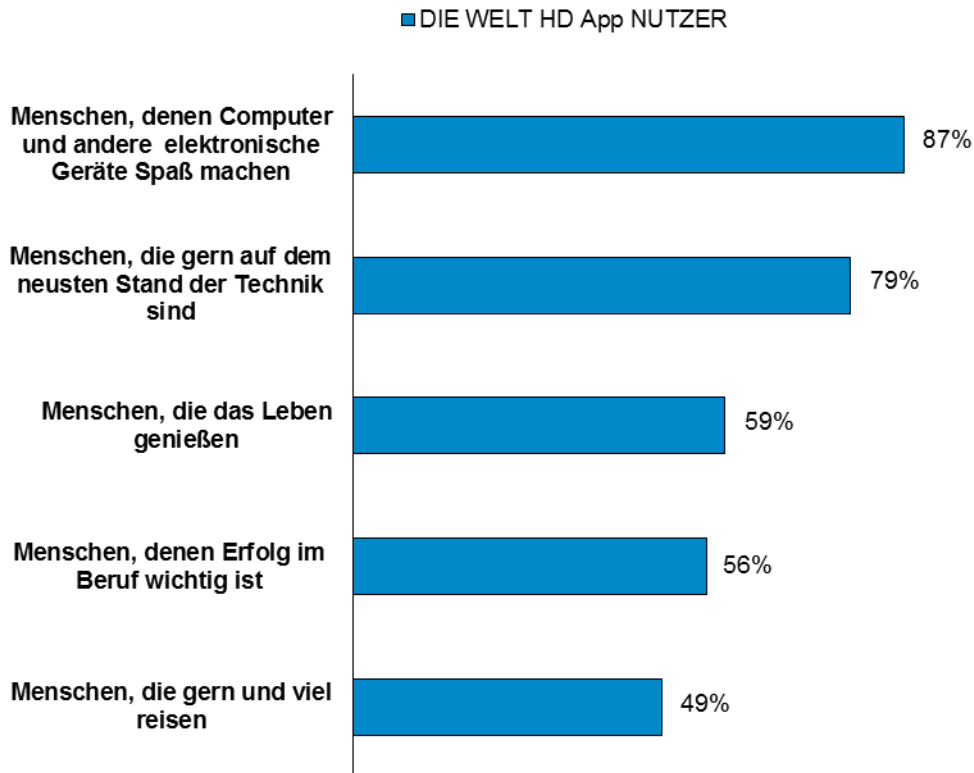


- DIE WELT HD App Nutzer sind überwiegend männlich und 20 bis 49 Jahre alt.
- Sie sind gebildet und 66% zählen zu den Entscheidern*.
- 66 % haben ein Haushalts-Nettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr und 84 % schätzen die eigene wirtschaftliche Lage gut oder besser ein.

Quelle: Bevölkerung – AWA 2011; DIE WELT HD App Nutzerbefragung – Media Impact Panel 6-21.07.2011

*Entscheider: Selbstständige, Freie Berufe, leitende Angestellte und Beamte

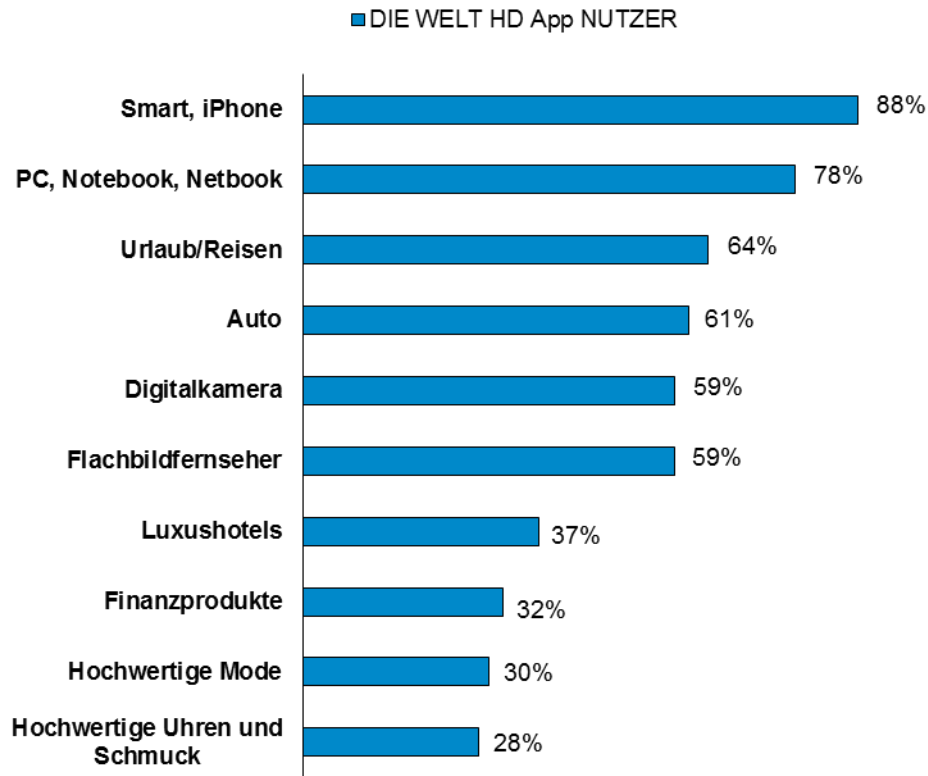
DIE WELT HD App Selbsteinschätzung



- **Technische First Mover:** DIE WELT HD App Nutzer sind sehr technikaffin und gerne auf dem letzten Stand der Technik:
- Sie genießen das Leben und reisen gern.
- 56% ist Erfolg im Beruf wichtig.

Quelle: DIE WELT HD App Nutzerbefragung – Media Impact Panel 6 21.07.2011

DIE WELT HD App Produktinteresse



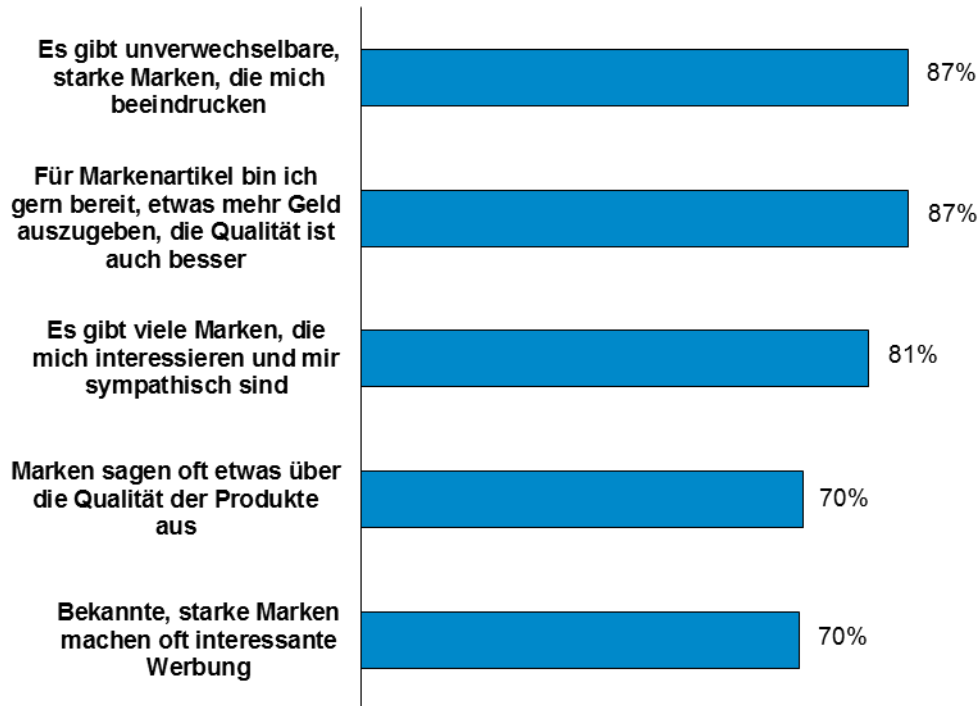
- DIE WELT HD App Nutzer sind sehr technikaffin.
- Ebenfalls stark interessiert sind sie an Urlaub & Reisen sowie automobilen Produkten

Quelle: DIE WELT HD App Nutzerbefragung – Media Impact Panel 6-21.07.2011

DIE WELT HD App Markeneinstellung



■ DIE WELT HD App NUTZER



- DIE WELT HD App Nutzer sind markenaffin und qualitätsbewusst.
- Die Nutzer sind bereit, für Markenartikel mehr Geld auszugeben.
- Marken wecken Interesse und sind den Nutzern sympathisch.

Quelle: DIE WELT HD App Nutzerbefragung – Media Impact Panel 6-21.07.2011



DIE WELT HD App

Eine attraktive Nutzerschaft

Die Top-Ergebnisse der Untersuchung:



72% sind zwischen 20 und 49 Jahre alt.



75% haben mindestens Abitur und/oder ein Hochschulstudium absolviert.



66% der WELT HD Nutzer zählen zu den Entscheidern!



66 % haben ein HHNE von 3.000 Euro und mehr!




56% der Nutzer ist Erfolg im Beruf wichtig

Die Nutzer sind hochgradig technikaffin: Sie genießen das Leben und reisen gern.

Hohe Markenaffinität bei den Nutzern: 87% lassen sich von starken Marken beeindrucken. Ebenso viele sind bereit, für Markenartikel mehr Geld auszugeben.



Befragung der WELT HD-Leser im Herbst 2010

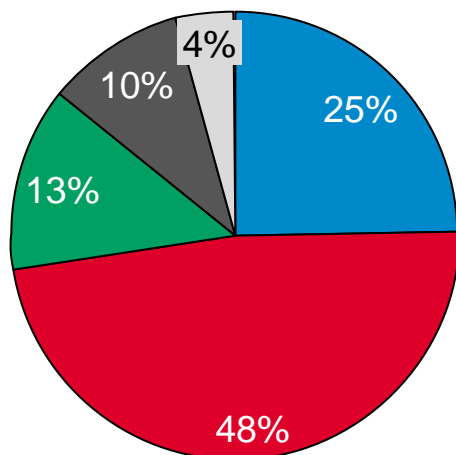
Zielgruppe:	Nutzer der WELT HD App
Stichprobenumfang:	n=701
Befragungsmethodik:	Angabe einer Web-Adresse in der App (www.welt.infogmbh.de), Weiterleitung zum Fragebogen, Ausfüllen des Fragebogens auf dem iPad oder PC möglich
Erhebungszeitraum:	21.09. - 29.09.2010
Interviewdauer:	ca. 20 Minuten
Institut:	

Quelle: INFO GmbH



Die WELT HD wird im Schnitt 31 Minuten pro Tag gelesen – 96% nutzen die WELT HD täglich

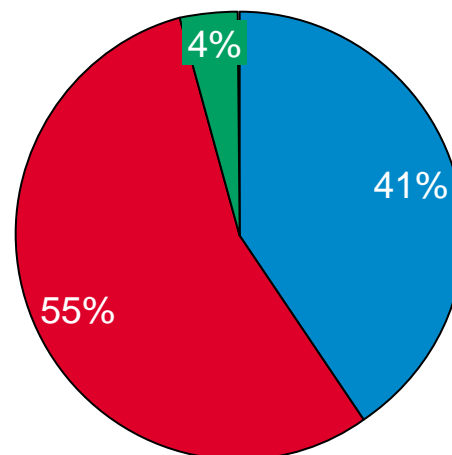
Lesedauer (Minuten pro Tag)



- bis zu 15 Minuten
- 16 bis 30 Minuten
- 31 bis 45 Minuten
- 46 bis 60 Minuten
- länger als 1 Stunde

Ø-Lesedauer:
31 Minuten

Nutzungshäufigkeit (pro Tag)



- mehrmals täglich
- täglich
- mehrmals wöchentlich

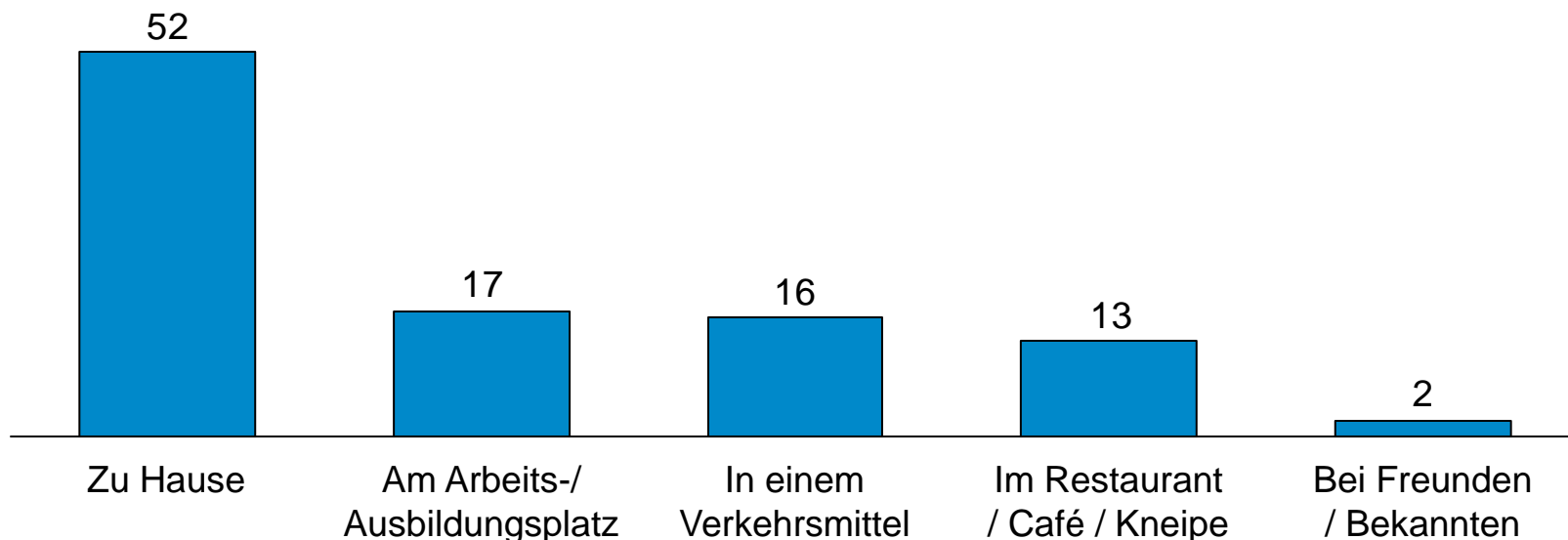
96% der Leser nutzen die WELT HD täglich

Quelle: Nutzerbefragung WELT HD (n=701), September 2010



Die WELT HD wird vor allem zu Hause gelesen

Nutzungsorte (in %)

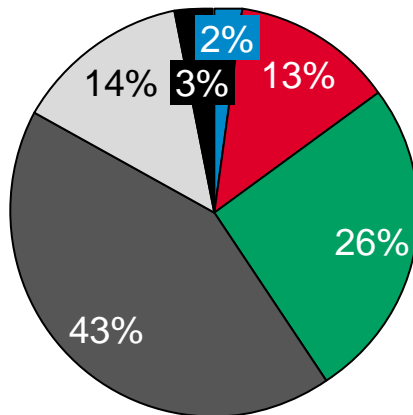


Quelle: Nutzerbefragung WELT HD (n=701), September 2010



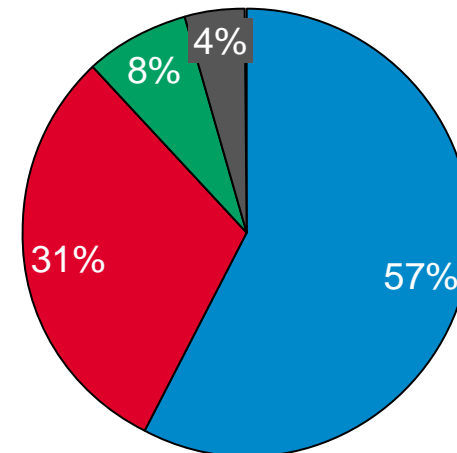
Der Großteil der Leser ist 30-49 Jahre – 57% mit Haushaltsnettoeinkommen über 4 Tsd. EUR

Altersverteilung WELT HD (in %)



- 14-19 Jahre
- 20-29 Jahre
- 30-39 Jahre
- 40-49 Jahre
- 50-59 Jahre
- über 60 Jahre

Haushalts-Nettoeinkommen (in %)



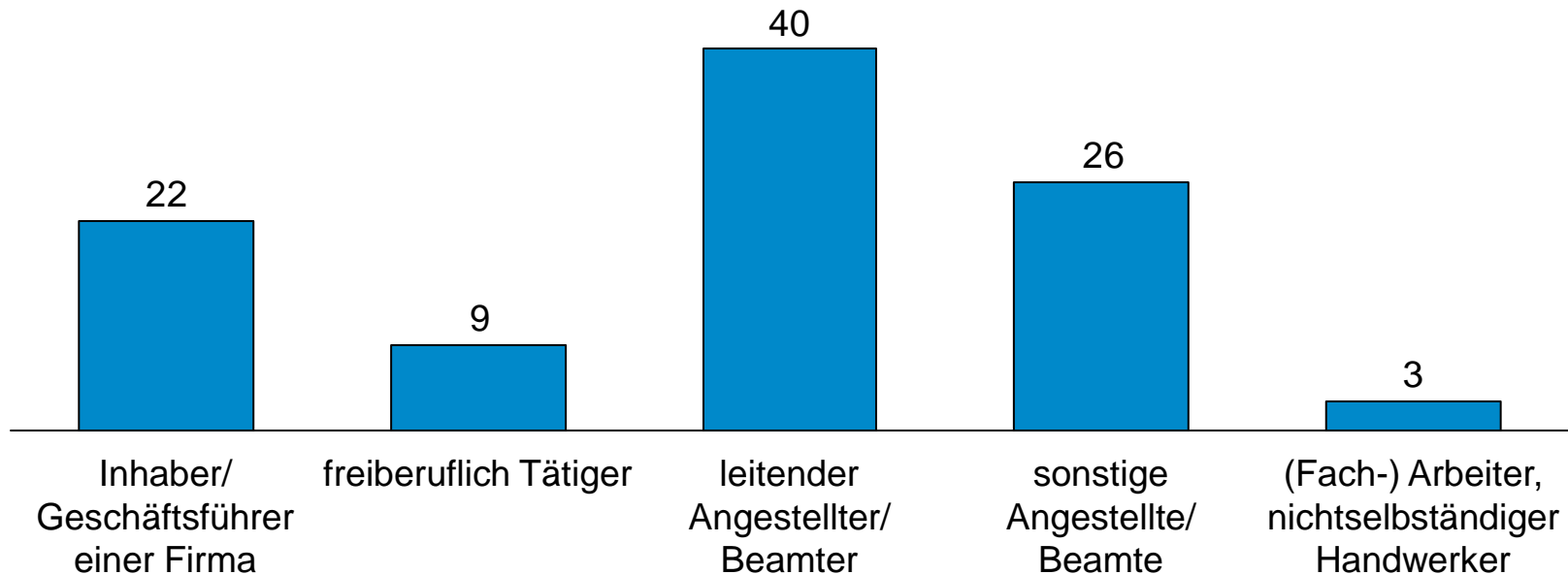
- 4.000 Euro und mehr
- 2.000 bis unter 4.000 Euro
- unter 2.000 Euro
- keine Angabe

Quelle: Nutzerbefragung WELT HD (n=701), September 2010



WELT HD-Leser mit attraktiver beruflicher Stellung: 22% Geschäftsführer, 40% leitende Angestellte

Berufliche Stellung (in %)

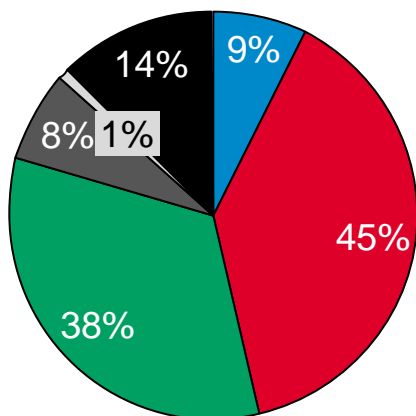


Quelle: Nutzerbefragung WELT HD (n=701), September 2010



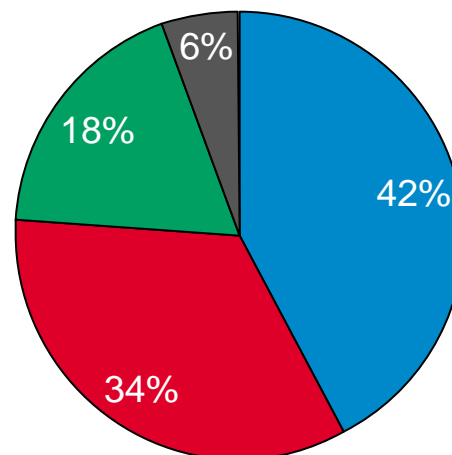
Exzellente Beurteilung durch unsere Leser

Beurteilung WELT HD (%)



- ausgezeichnet
- sehr gut
- gut
- weniger gut / schlecht
- schlecht
- keine Angabe

Weiterempfehlungsbereitschaft (%)



- bestimmt
- wahrscheinlich
- teils/teils
- wahrscheinlich nicht / sicher nicht

Quelle: Nutzerbefragung WELT HD (n=701), September 2010



Ansprechpartner

Sales-Online Sales

Marco Barei

Digital Sales

Tel: (030) 2591-79 163

Fax: (030) 2591-79 195

E-Mail: marco.barei@axelspringer.de

Integrated Sales

Tina Siebs

Digital Sales Region Nord / Hamburg

(Nielsen I)

Tel (040) 347 26135

Fax: (040) 347 26140

E-Mail: tina.siebs@axelspringer.de

Sven Heintges

Digital Sales Region West

(Nielsen II)

Tel: (0211) 1592-68 34

Fax: (0211) 1592-68 36

E-Mail: sven.heintges@axelspringer.de

Marc Lücke

Digital Sales Region Mitte

(Nielsen IIIa+b)

Tel: (069) 9623 85-31

Fax: (069) 9623 85-34

E-Mail: marc.luecke@axelspringer.de

Daniel Maubach

Digital Sales Region Süd

(Nielsen IV u. IIIb)

Tel: (089) 211 034 88

Fax: (089) 211 034 30

E-Mail: daniel.maubach@axelspringer.de

Daniel Papra

Digital Sales Region Ost

(Nielsen V - VII)

Tel: (030) 2591 79-021

Fax: (030) 2591 79-195

E-Mail: daniel.papra@axelspringer.de

Axel Springer Media Impact Axel-Springer-Straße 65 10888 Berlin