

Im gehobenen Segment nach Reichweite und TKP unschlagbar

Führend bei Personen mit hohem Status

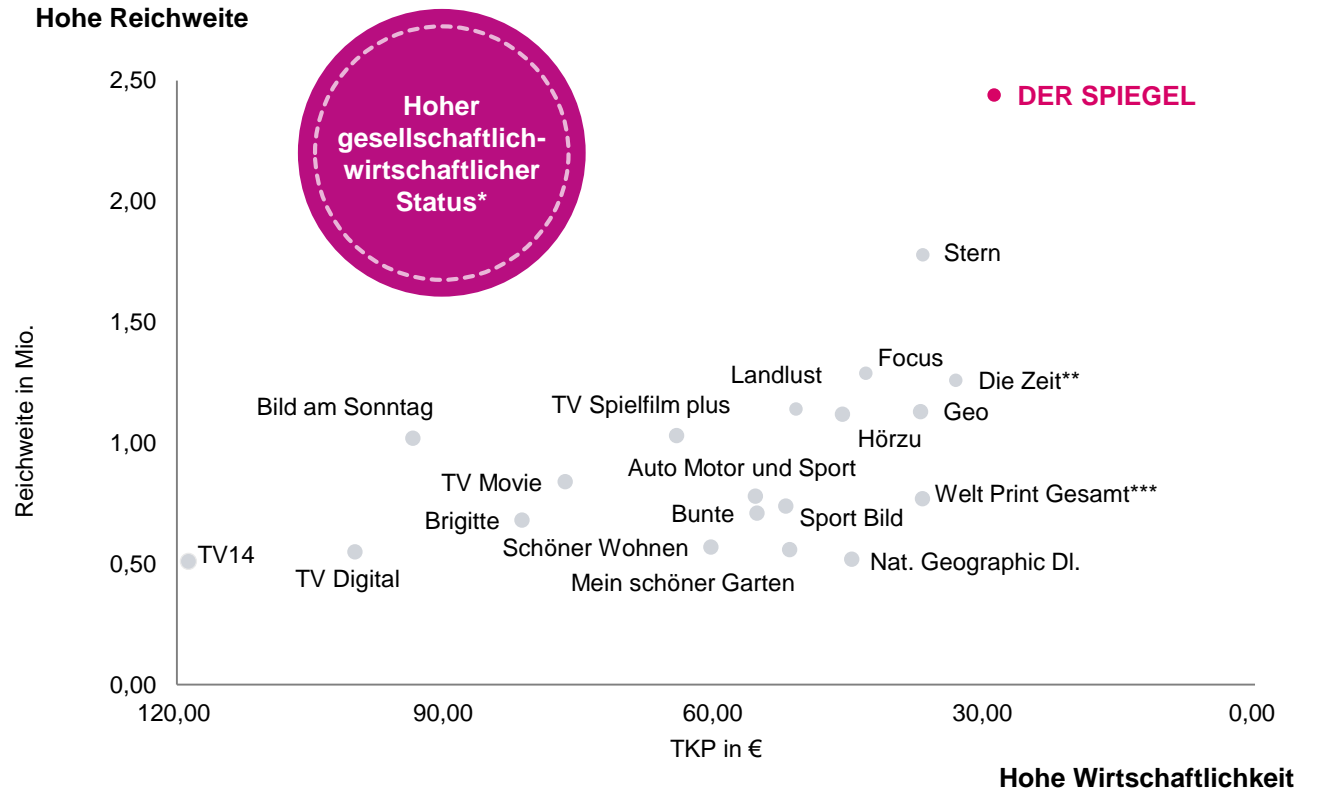
In der wirtschaftlich leistungsfähigsten und gebildetsten Schicht ist der SPIEGEL mit Abstand die reichweitenstärkste AWA-Kaufzeitschrift.

Unter den Top 20-Titeln nach Reichweite bietet der SPIEGEL darüber hinaus das günstigste Kosten-Leistungsverhältnis.

*16,00 Mio. Personen



Gebildet.
Beruflich erfolgreich.
Einkommensstark.



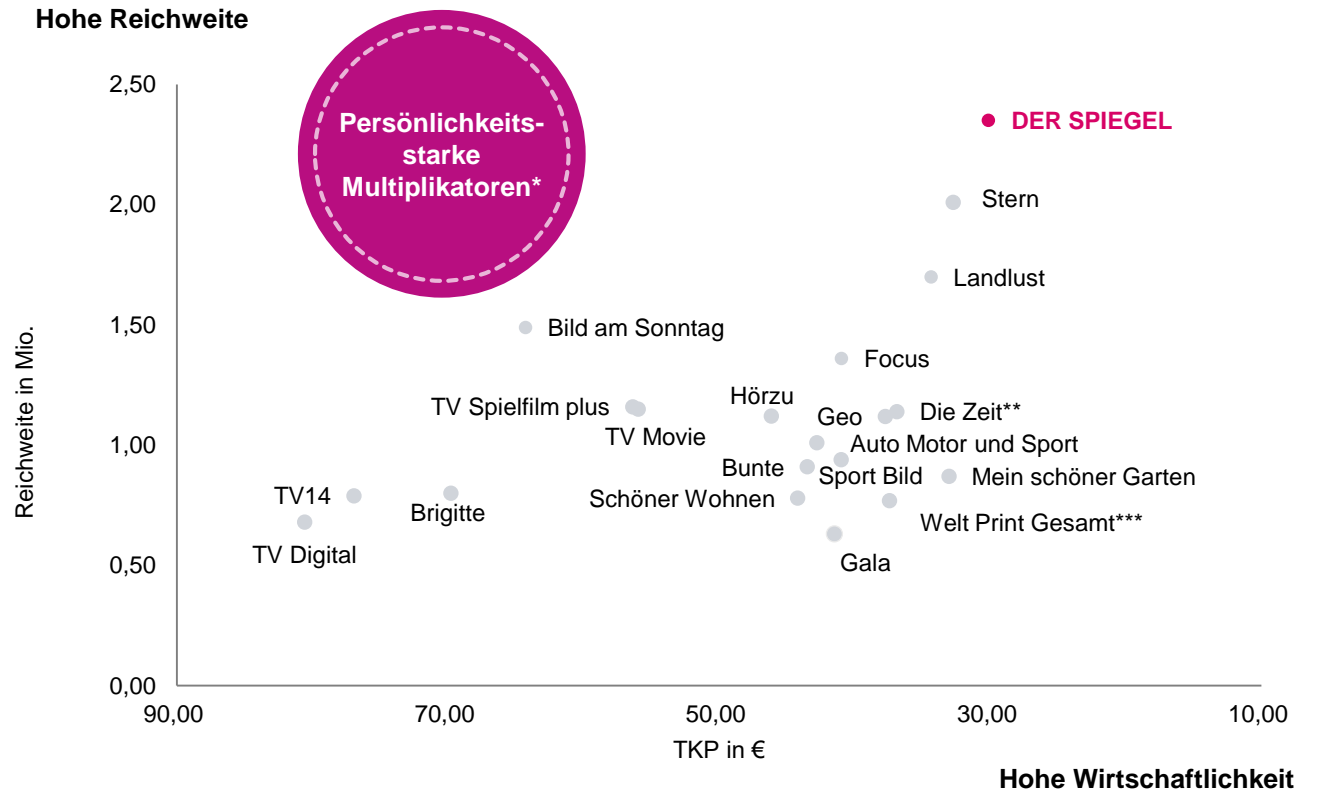
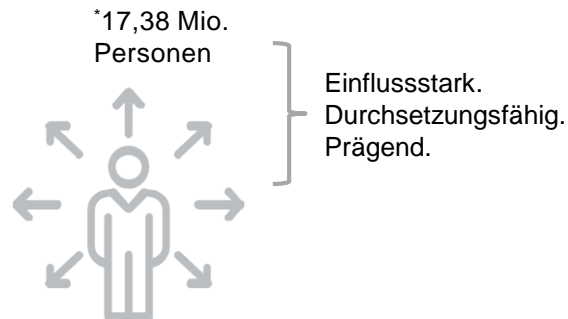
Quelle: AWA 2019, ZG: Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status: Stufe 1 und 2 (6.180 ungew. Fälle = 16,00 Mio. Personen)

Medienauswahl: Top 20 Kaufzeitschriften nach Reichweite in der Zielgruppe, TKP-Basis: Anzeigenpreise 2019 1/1-Seite 4c, **Magazinformat, ***1/4 Eckfeld

Die Nummer 1 bei den Einflussreichen

Multiplikatoren lesen den SPIEGEL

Menschen, die tonangebend und in ihrem persönlichen Umfeld einflussstark sind, erreicht der SPIEGEL zahlreich und affin (Index 178) sowie besonders wirtschaftlich.



Quelle: AWA 2019, ZG: Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren (5.994 ungew. Fälle = 17,38 Mio. Personen)

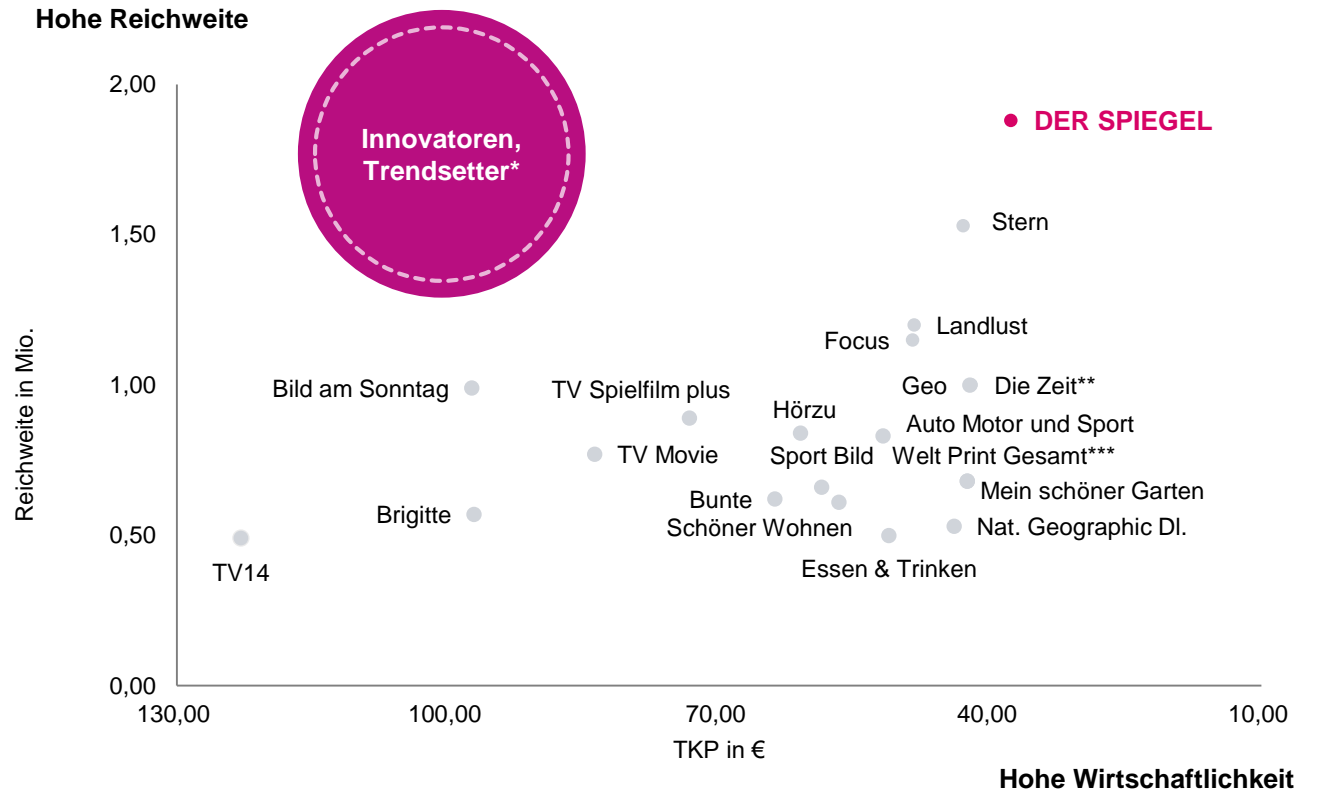
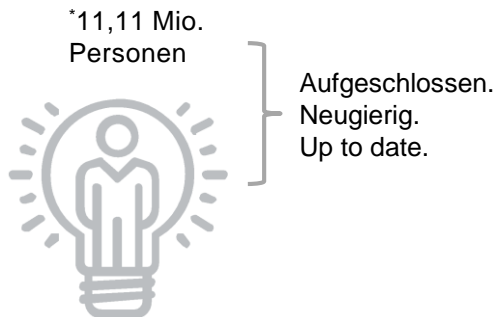
Medienauswahl: Top 20 Kaufzeitschriften nach Reichweite in der Zielgruppe, TKP-Basis: Anzeigenpreise 2019 1/1-Seite 4c, **Magazinformat, ***1/4 Eckfeld

Perfekt für neue, innovative Produkte

Garant für den Erfolg von morgen

Der Anteil von Innovatoren und Trendsettern ist in der SPIEGEL-Leserschaft mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung (Index 223).

Mit höchster Reichweite und niedrigem TKP empfiehlt sich der SPIEGEL als exzellenter Werbeträger in diesem wichtigen Potenzial.



Quelle: AWA 2019, ZG: Innovatoren oder Trendsetter (4.082 ungew. Fälle = 11,11 Mio. Personen)

Medienauswahl: Top 20 Kaufzeitschriften nach Reichweite in der Zielgruppe, TKP-Basis: Anzeigenpreise 2019 1/1-Seite 4c, **Magazinformat, ***1/4 Eckfeld

Führend bei den vielseitig Engagierten

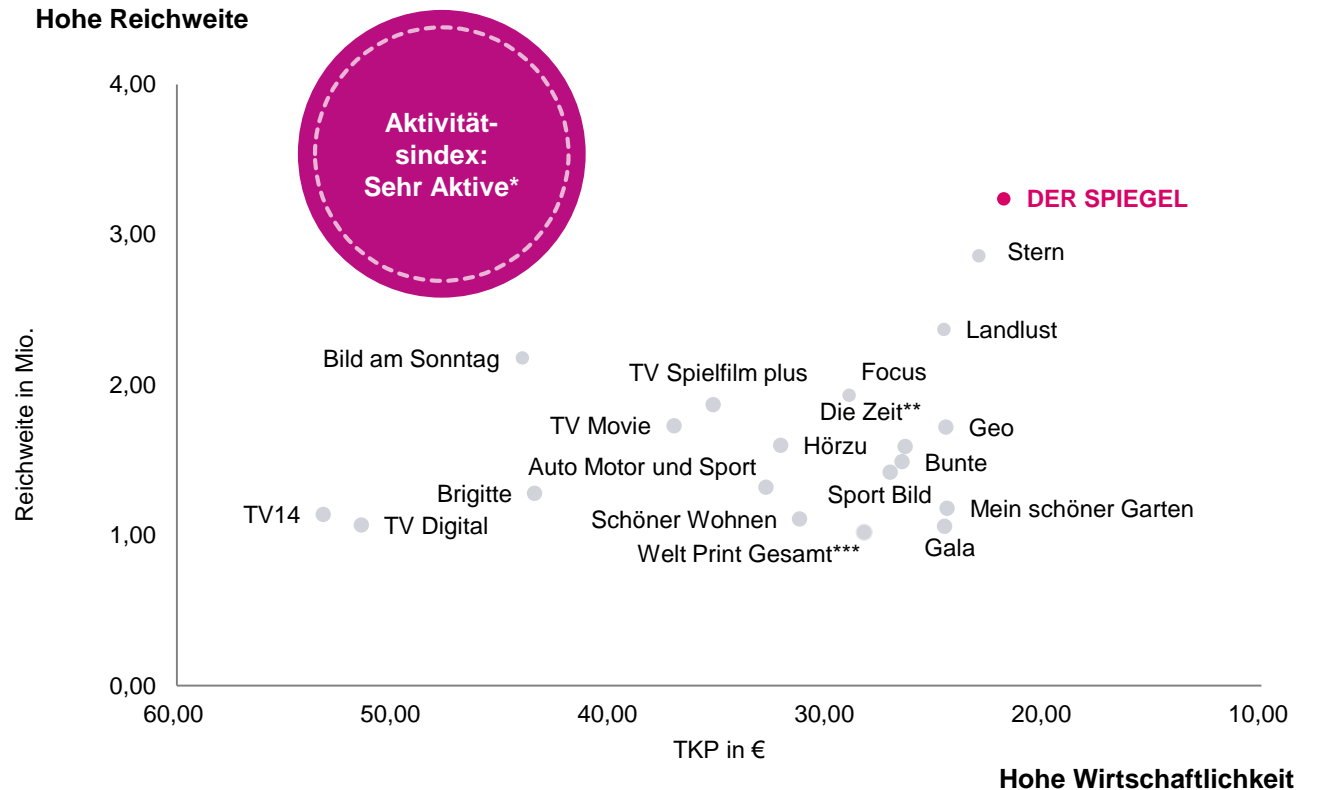
Positives Denken und Handeln

Vielseitiges Engagement, überdurchschnittliche Aktivität, Mobilität, Lebensbejahung, Innovationsoffenheit und Kontaktfreude zeichnen die sehr Aktiven aus. Keine AWA-Kaufzeitschrift erreicht diese Zielgruppe besser als der SPIEGEL.

*27,31 Mio. Personen



Mobil.
Lebens-bejahend.
Kontaktfreudig.



Quelle: AWA 2019, ZG: Sehr Aktive (9.725 ungew. Fälle = 27,31 Mio. Personen)

Medienauswahl: Top 20 Kaufzeitschriften nach Reichweite in der Zielgruppe, TKP-Basis: Anzeigenpreise 2019 1/1-Seite 4c, **Magazinformat, ***1/4 Eckfeld

Unverzichtbar beim Thema Nachhaltigkeit

SPIEGEL-Leser übernehmen Verantwortung

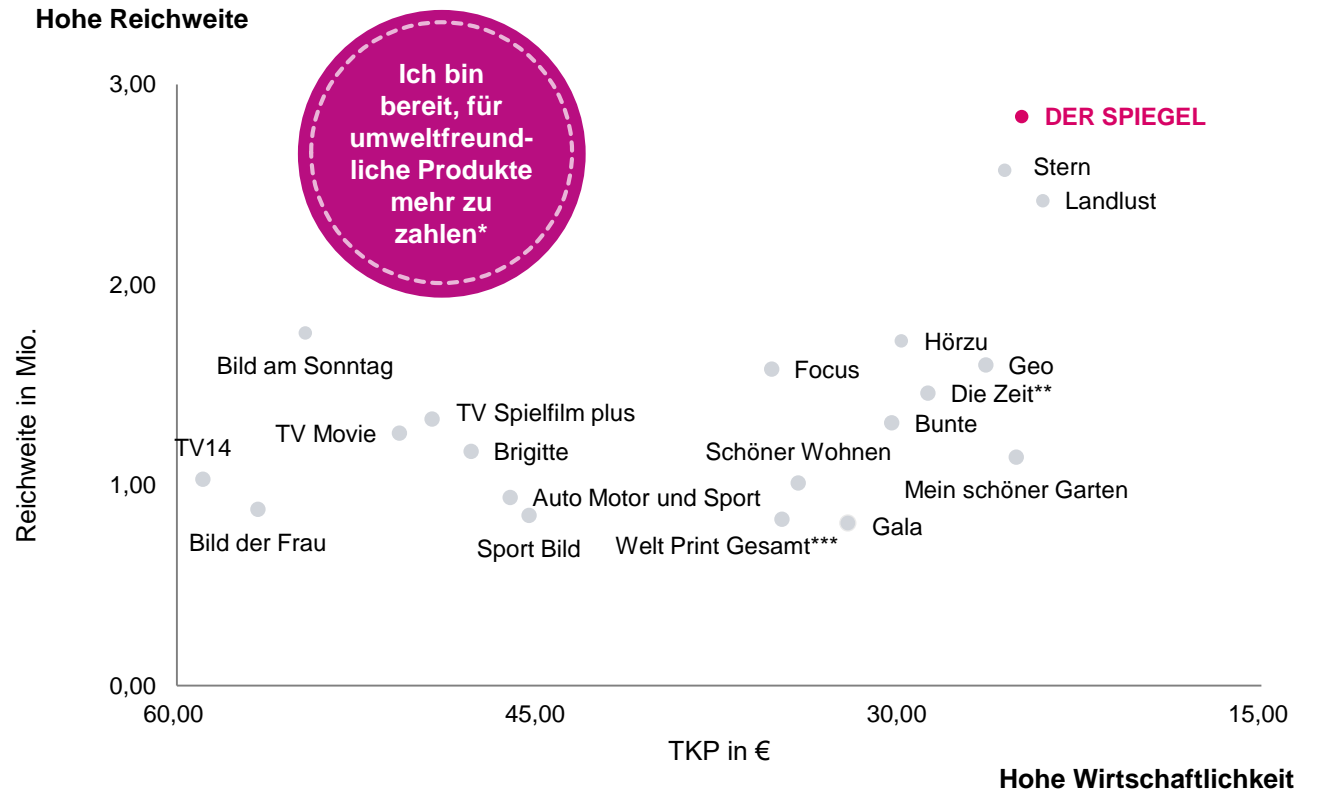
In der SPIEGEL-Leserschaft ist nicht nur die Bereitschaft, in Umweltschutz zu investieren, stark ausgeprägt. Die SPIEGEL-Leser können sich dieses Engagement finanziell auch leisten.

Beste Voraussetzungen für Nachhaltigkeitskampagnen.

*23,48 Mio. Personen



Umweltbewusst.
Verantwortungsvoll.
Nachhaltig.



Quelle: AWA 2019, ZG: Ich bin bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen (8.021 ungew. Fälle = 23,48 Mio. Personen)

Medienauswahl: Top 20 Kaufzeitschriften nach Reichweite in der Zielgruppe, TKP-Basis: Anzeigenpreise 2019 1/1-Seite 4c, **Magazinformat, ***1/4 Eckfeld