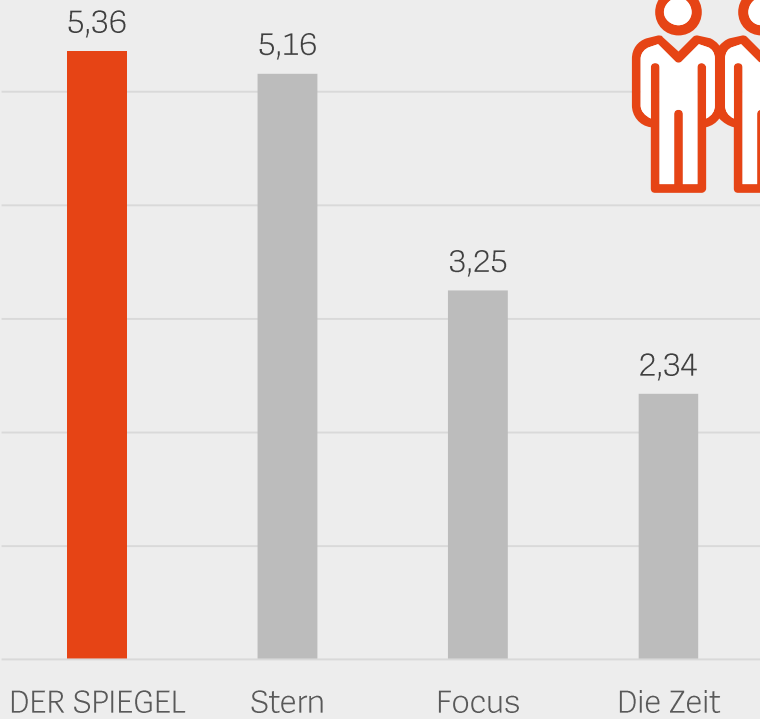


Überzeugend im Wettbewerbsumfeld

Der SPIEGEL erreicht **mehr Leser** als seine Wettbewerber...

Gesamt-Reichweite in Mio.



REICH WEITEN STARK

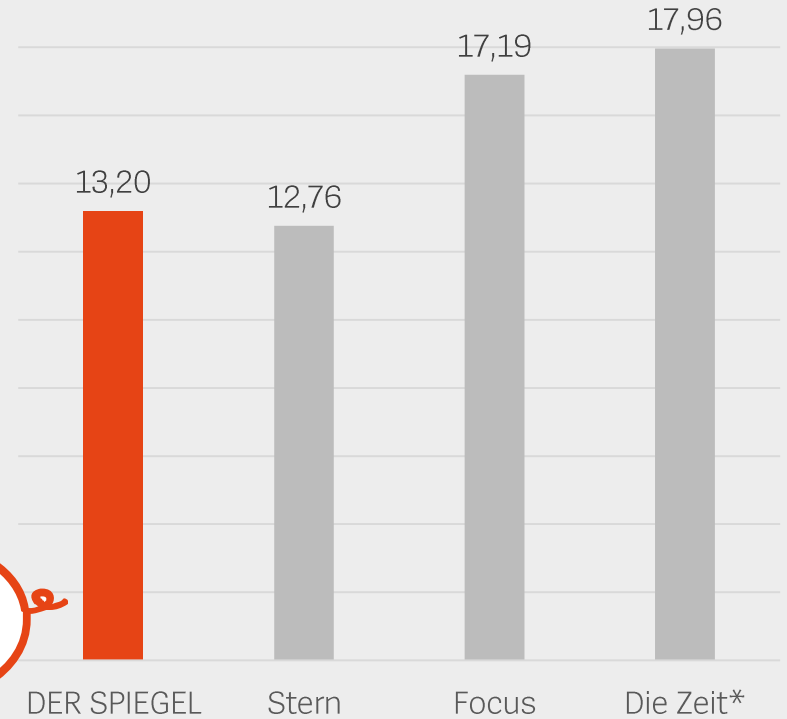
und

WIRT SCHAFT LICH

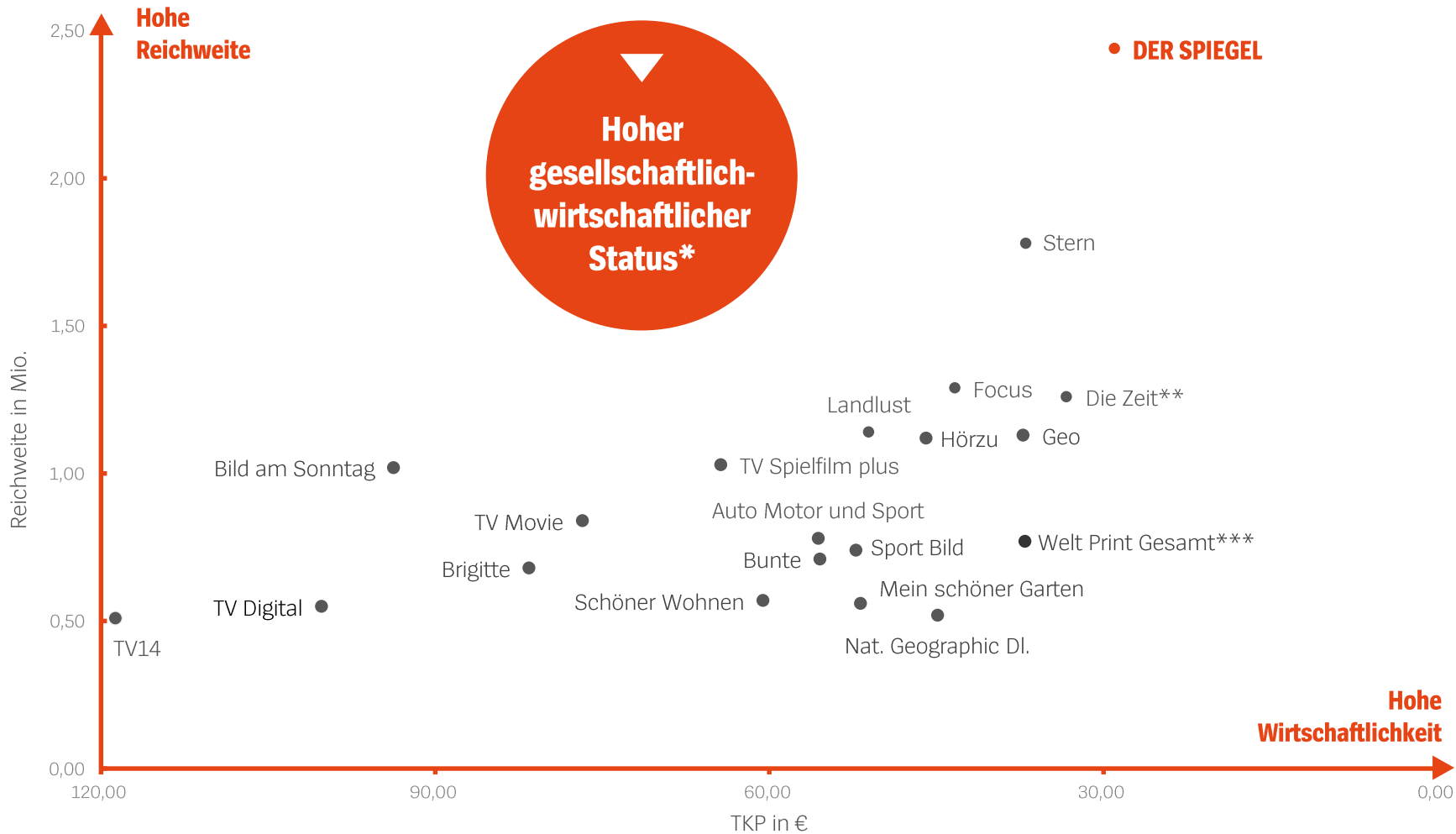


... und das mit einem **sehr günstigen** Kosten-/Leistungsverhältnis.

TKP in Euro



Im gehobenen Segment nach Reichweite und TKP unschlagbar



Führend bei Personen mit hohem Status

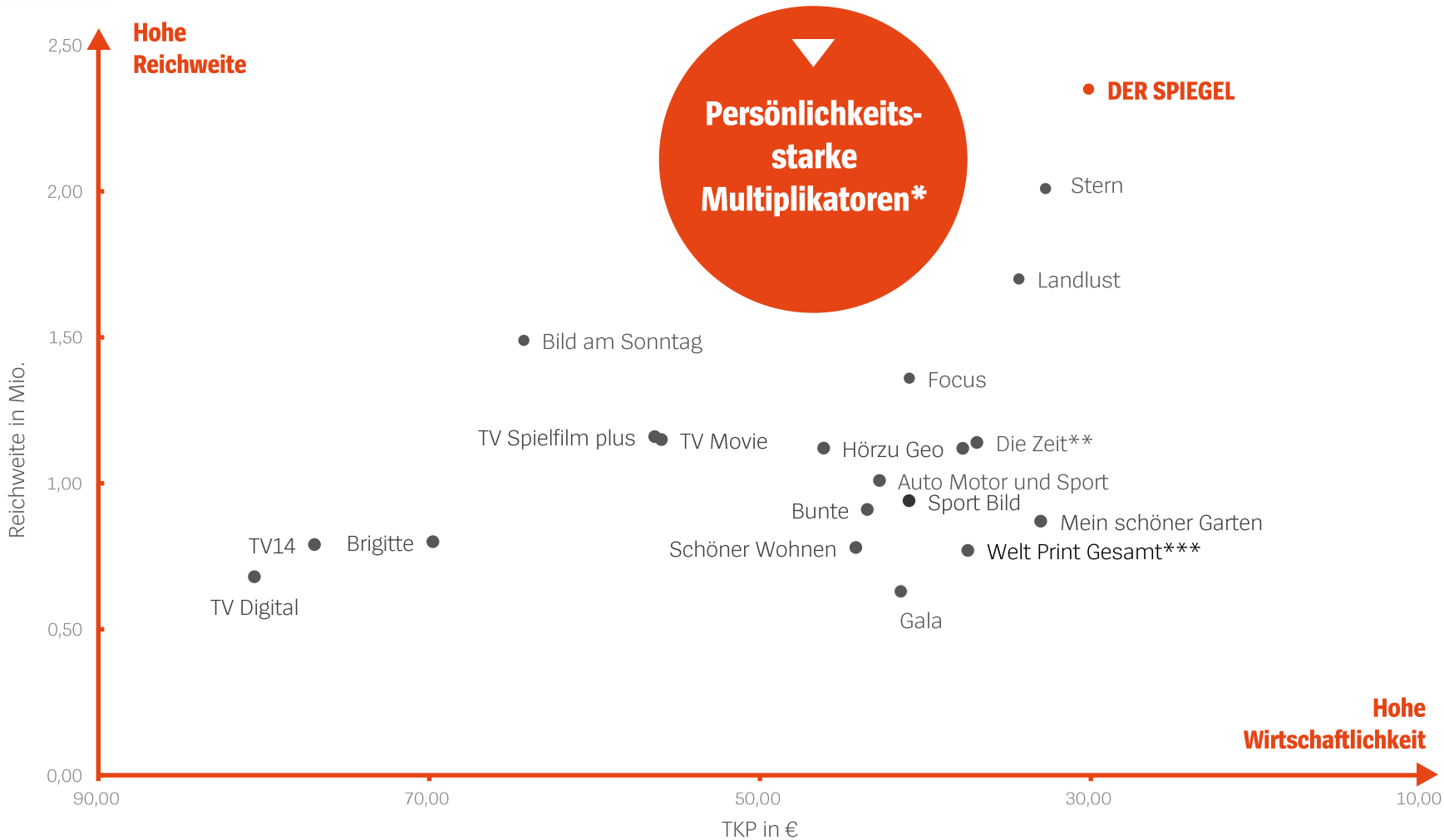
In der wirtschaftlich leistungsfähigsten und gebildetsten Schicht ist der SPIEGEL mit Abstand die reichweitenstärkste AWA-Kaufzeitschrift.

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



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



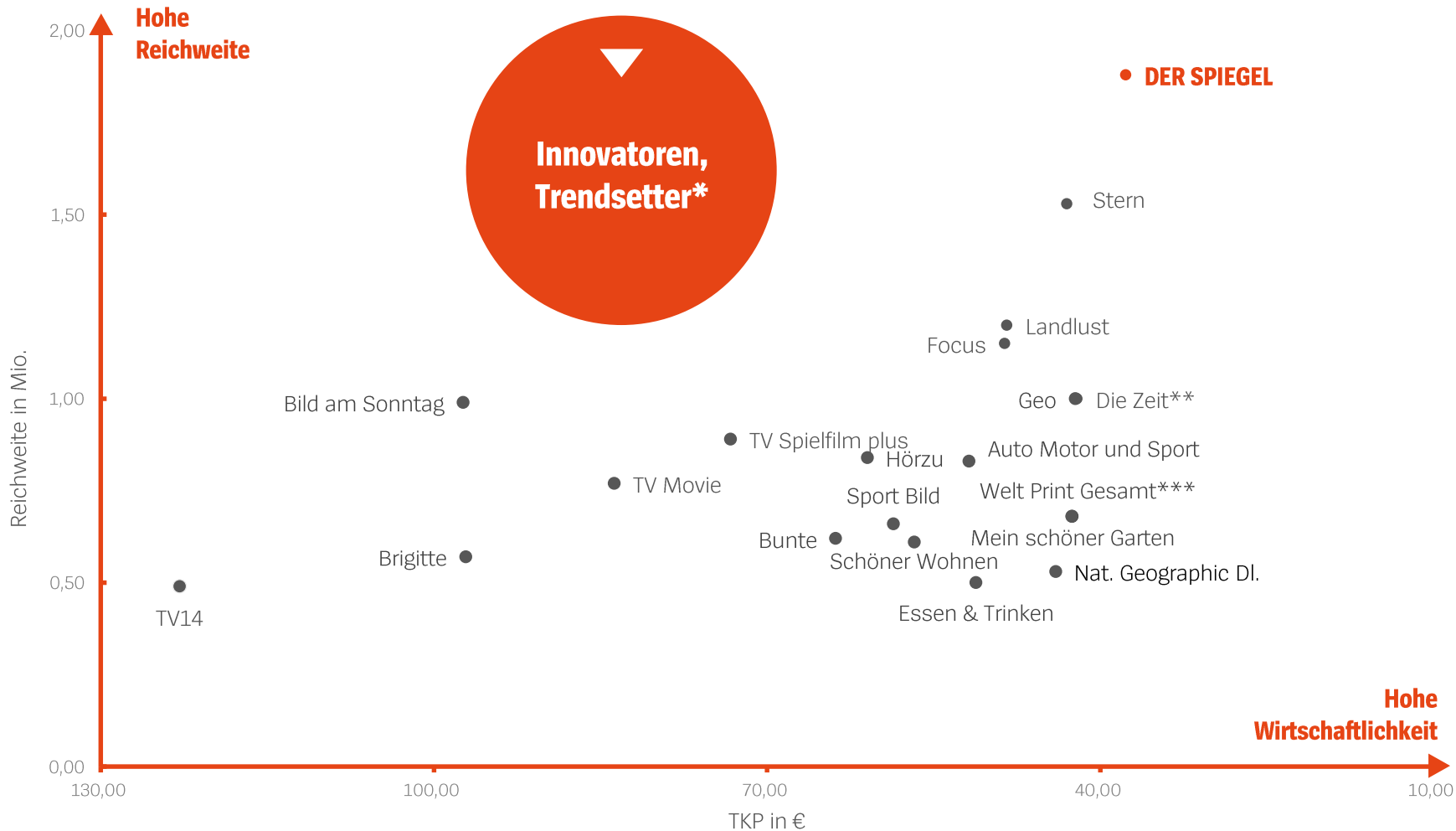
Multiplikatoren lesen den SPIEGEL

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.

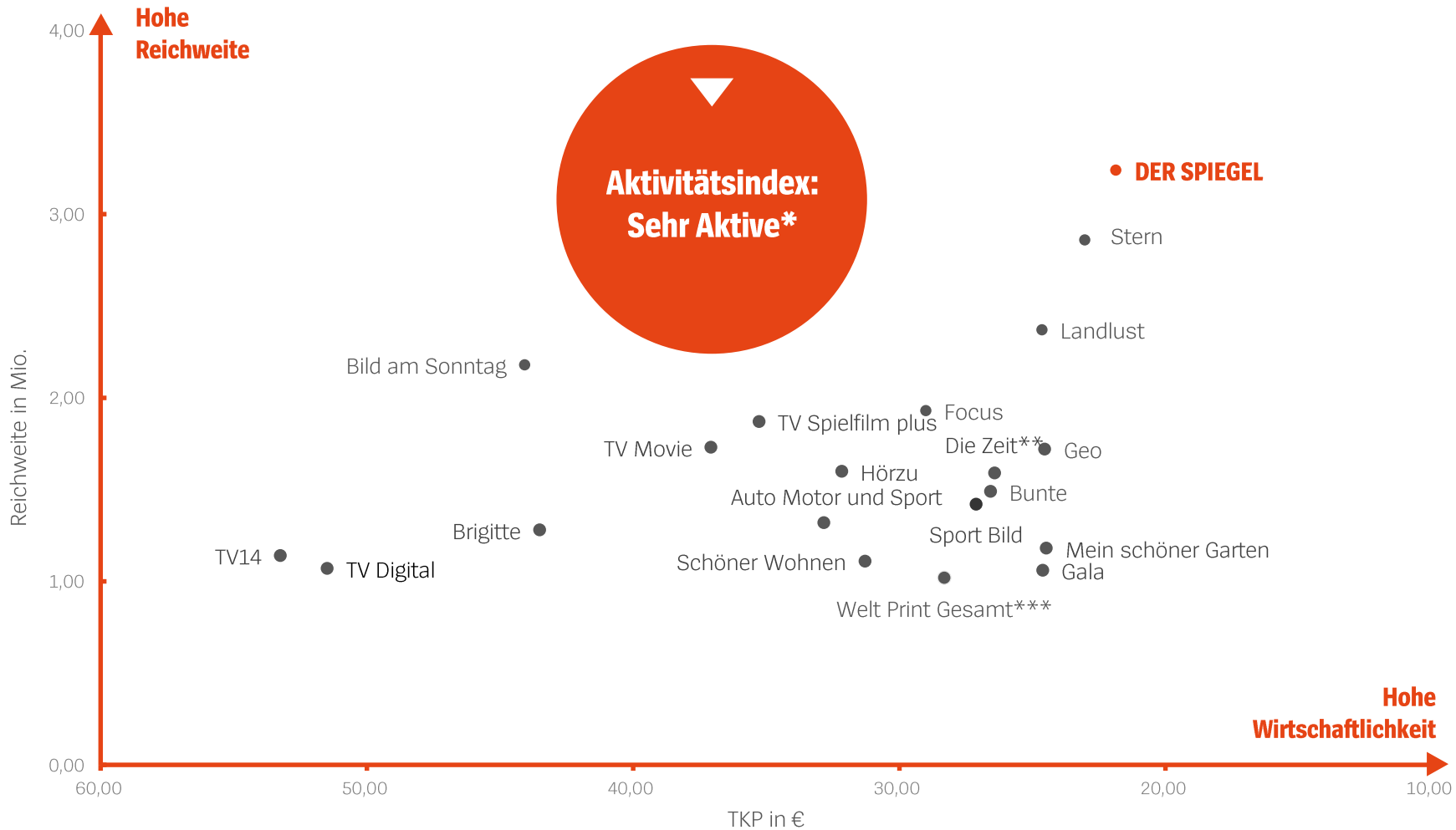
***11,11 Mio.**

Personen



Aufgeschlossen.
Neugierig.
Up to date.

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.**

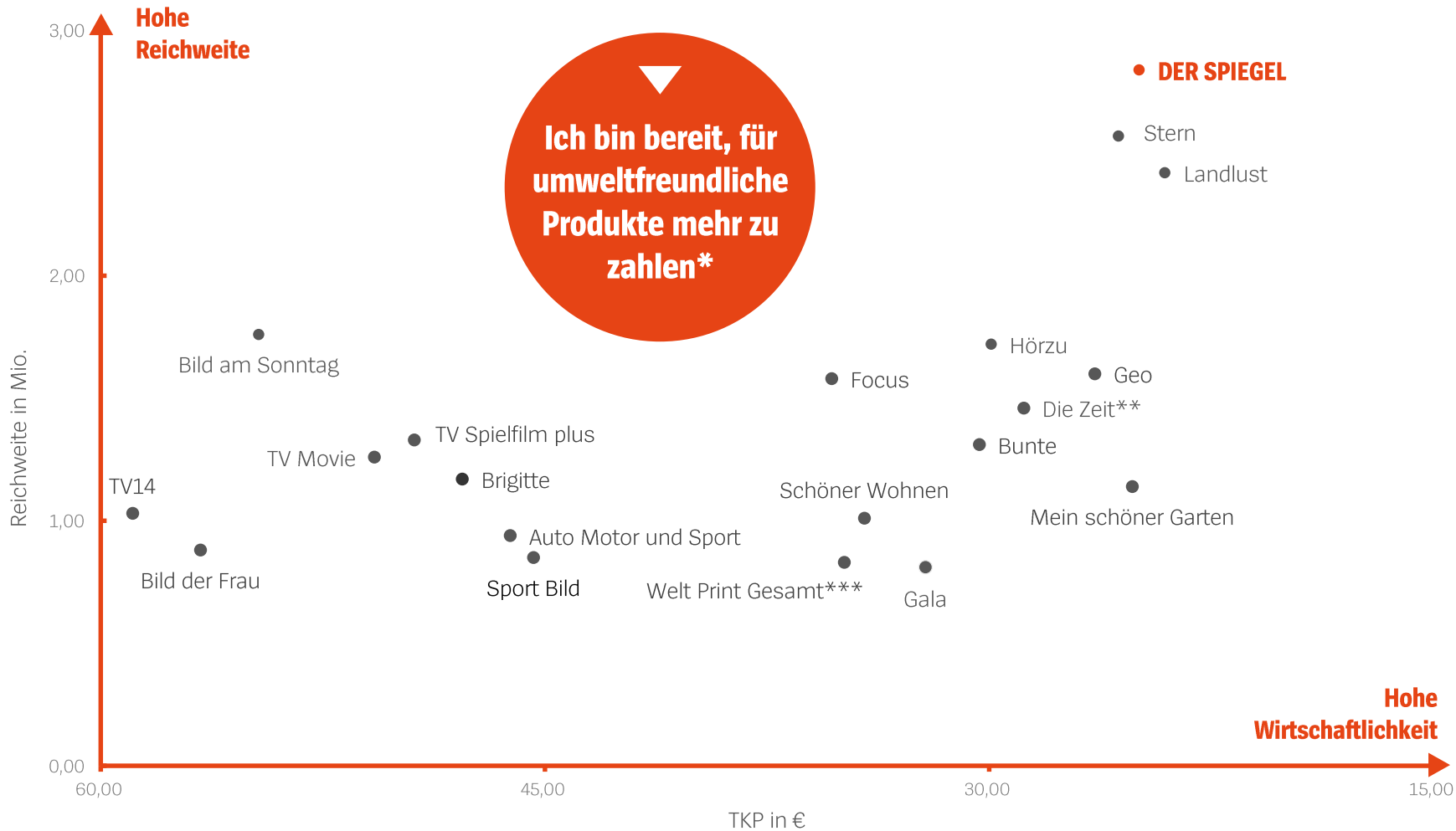
Personen



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