

Setzen Sie Ihren Werbefranken effizient ein und verabschieden Sie sich von Streuverlusten.

Die Fakten in dieser Broschüre zeigen Ihnen:
Mit «Sonntag» und «Leben & Glauben»

- haben Sie so wenig Streuverlust bei den Über-50-Jährigen, wie bei keinem anderen mindestens wöchentlich erscheinenden Printmedium in der Schweiz.
- erreichen Sie fokussiert eine weltoffene Leserschaft, die überdurchschnittlich interessiert ist und auf Nachhaltigkeit setzt.
- erreichen Sie Leser, die Sie mit anderen Printprodukten nicht erreichen.
- optimieren Sie die Qualität Ihrer Kontakte.
- sparen Sie Geld und setzen Sie den Werbefranken sinnvoll ein.

Verlag



CAT Medien AG
Neuenhoferstrasse 101
5401 Baden

Tel. 056 203 22 00
www.catmedien.ch

Anzeigenverkauf



Insertas AG
Neuenhoferstrasse 101
5401 Baden

Tel. 056 203 24 00
www.insertas.ch

Die Marktführer im Markt 50plus*

Setzen Sie Ihren Werbefranken effizient ein und vermindern Sie Streuverluste.



* Kein anderes mindestens wöchentlich erscheinendes Printmedium in der Schweiz weist einen höheren Leserstrukturanteil im Markt 50plus auf wie das Duo «Sonntag» und «Leben & Glauben» (MACH Basic 2009-2).

Soziodemografische Merkmale	3
• Leserkzahlen (LpA, WLK)	
• Geschlecht	
• Alter	
• Einkommen	
• Wohnsituation	
Die Zielgruppe der Zukunft	4
Intramediavergleich 50plus	5
• Die Top 10 im Markt 50plus	
Interessenwelten	6
Intressengebiete	7
Positive Werbeeinstellung	8
Postkäufer	9
Preisvergleiche	10
Exklusivleser	11

Quellenangabe:
MACH Basic 2009-2 und/oder MACH Consumer 2009-2.
Universum (sofern nicht anders vermerkt): Deutschsprachige Schweiz
Offizielle Tarif- und Reichweitenangaben der jeweiligen Medienprodukte.

Wir bieten Ihnen mit «Sonntag» und «Leben & Glauben» die neue werbe-relevante Zielgruppe: Menschen ab 50 Jahren, die aufgeschlossen und aktiv mitten im Leben stehen. Menschen mit Lebenserfahrung, die sich interessiert und offen mit sich und ihrer Umwelt auseinandersetzen.

Leserkzahlen

Leser pro Ausgabe LpA	Sonntag	86'000
	Leben & Glauben	65'000
	Kombination	151'000
Weitester Leserkreis WLK	Sonntag	205'000
	Leben & Glauben	208'000
	Kombination	413'000

Geschlecht

Frauen	56 %
Männer	44 %

Alter

bis 34 Jahre	17 %
35 bis 50 Jahre	19 %
Kernzielgruppe 50plus	64 %

Einkommen

bis Fr. 4'000.-	25 %
(Brutto-HH-Einkommen) Fr. 4'000.- bis Fr. 8'000.-	46 %
Fr. 8'000.- bis Fr. 10'000.-	13 %
Fr. 10'000.- bis Fr. 15'000.-	11 %
über Fr. 15'000.-	5 %

Jeder dritte Leser verfügt über ein über-durchschnittliches HH-Einkommen.

Wohnsituation

In eigenem Einfamilienhaus	40 %
In eigener Eigentumswohnung	14 %
Zur Miete im Einfamilienhaus	5 %
Zur Miete in Wohnung	36 %
andere Formen	5 %

Hohe Affinität: 54 % der Leser sind Eigenheimbesitzer. Im Vergleich: 47 % der Deutschschweizer besitzen ein Eigenheim.

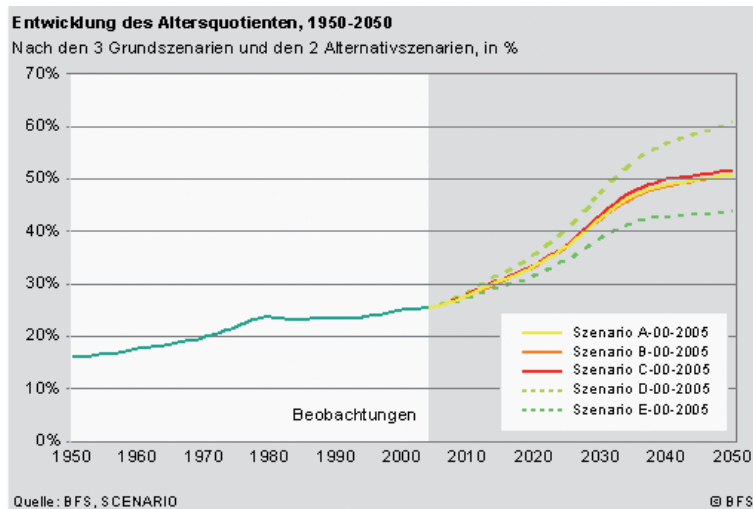
Die Zielgruppe der Zukunft

Das Segment der Über-50-Jährigen ist die Zielgruppe der Zukunft – und damit die neue werberelevante Zielgruppe!

Vor 20 Jahren waren laut BFS knapp 31 % der Schweizer Wohnbevölkerung älter als 50 Jahre; 2008 sind es bereits 36 %.

In fünf verschiedenen Szenarien der Bevölkerungsentwicklung kommt das Bundesamt für Statistik immer zum gleichen Schluss:

Der Altersquotient (das Verhältnis zwischen Pensionierten und der erwerbstätigen Bevölkerung) wird stetig ansteigen. Ende 2008 kamen statistisch auf 100 Erwerbstätige 26,6 Pensionierte. 2050 wird der Altersquotient bei 50,9 liegen.



Intramediavergleich 50plus

Sie wollen Ihren Werbefranken richtig investieren und Streuverluste möglichst vermeiden? Und gleichzeitig wollen Sie in einem Produkt werben, das seine Leser mit einem breiten redaktionellen Spektrum und in hoher Kadenz informiert, bindet und hält?

Entscheiden Sie sich für «Sonntag» und «Leben & Glauben»:

In keinem anderen Printprodukt (Zeitungen und Zeitschriften in der MACH Basic), welches mindestens wöchentlich erscheint, **erreichen Sie einen höheren Strukturanteil in der Zielgruppe 50plus!**

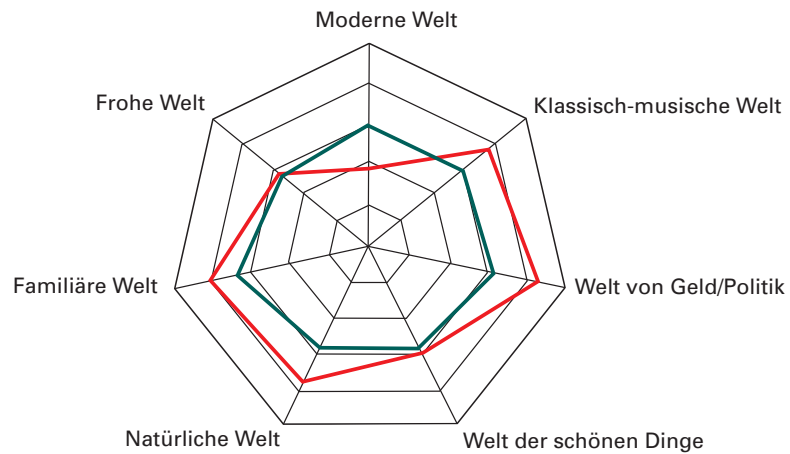
Oder anders: Niemand bietet Ihnen einen geringeren Streuverlust und damit eine höhere Effizienz Ihres Werbefrankens.

Die Top 10 im Markt 50plus

nach Strukturanteilen; Basis: bezahlte Printmedien in der MACH Basic, mindestens wöchentliche Erscheinung

Rang	Titel	Strukturanteil 50plus
1	Sonntag / Leben & Glauben	65 %
2	Basellandschaftliche Zeitung N	57 %
3	Oltener Tagblatt GlücksPost	55 % 55 %
5	Zürichsee-Zeitung GES N	54 %
6	Zofinger Tagblatt GES Der Landbote N	53 % 53 %
8	Schweizer Familie Sonntagsausgabe Solothurner-Zeitung	52 % 52 %
10	Sonntagsausgabe Basellandschaftliche Zeitung	51 %

Interessenwelten



Legende: Struktur D-CH, Struktur Sonntag / Leben & Glauben

Im Vergleich zum Deutschschweizer Durchschnitt weisen unsere Produkte überdurchschnittliche Strukturanteile in zwei gesellschaftlich wichtigen Themenbereichen aus:

Die Interessenwelt von Geld und Politik, deren Zugehörige sich stark für Fragen der Wirtschaft und Finanzmärkte interessieren. Sie setzen sich mit der nationalen und internationalen Politik auseinander und legen ihr Geld gerne auch an der Börse oder in Form von Immobilien an.

Themen der gesellschaftlichen und persönlichen Nachhaltigkeit prägen die **natürliche Welt**. Neben den heute brennenden Themen des Umweltschutzes und dem Interesse an Tieren und der Natur im Allgemeinen zeichnet diese Gruppe vor allem ihr hohes Gesundheits- und Ernährungsbewusstsein aus.

Interessengebiete

Die Leser von «Sonntag» und «Leben & Glauben» interessieren sich überdurchschnittlich für die aktuellen Themen der Gesellschaft.

Strukturanteile (Interesse eher bis sehr stark) «Sonntag» / «Leben & Glauben» im Vergleich zum Deutschschweizer Durchschnitt:

Interessengebiet	Sonntag / Leben & Glauben	D-CH
Umweltschutz	84 %	79 %
Gesundheit, Ernährung, Medizin	81 %	73 %
Tiere und Natur	80 %	74 %
Nationale und internationale Politik	79 %	74 %
Aus- und Weiterbildung	65 %	63 %
Erziehung	59 %	51 %
Familie, Partnerschaft	59 %	56 %
Essen, Kochen, Gastronomie	57 %	51 %
Wirtschaft	52 %	48 %
Klassische Musik	50 %	32 %
Kunst und Kultur	48 %	39 %
Volksmusik	45 %	24 %
Wohnen, Einrichten, Möbel	42 %	41 %
Literatur und Philosophie	40 %	31 %
Börse, Geldanlagen	30 %	26 %

Positive Werbeeinstellung

Werben Sie in einem Medium, dessen Leser eine positive Einstellung gegenüber der Werbung haben. So erhöhen Sie Ihre Chancen, dass Ihre Botschaft auch wirklich ankommt.

Die Leserinnen und Leser von «Sonntag» und «Leben & Glauben» sind deutlich werbeaffiner, als der Deutschschweizer Durchschnitt:

- 45 % geben an, Werbung in Zeitschriften mindestens einmal wöchentlich zu beachten (D-CH: 40 %)
- 41 % empfinden Werbung in Zeitschriften als besonders informativ (D-CH: 35 %)
- Nur 25 % der «Sonntag»-Leser haben an ihrem Briefkasten einen Stopp-Kleber (D-CH: 34 %, LG: 38 %)

Aussagen der Leser zur Werbung:

(trifft voll und ganz / eher zu)

Werbung über Produkte, die neu auf den Markt kommen, finde ich sehr nützlich.	69 %
Werbung finde ich notwendig.	67 %
Durch Werbung bin ich schon häufiger auf interessante Produkte gestossen.	53 %

Postkäufer

58 % der Leser von «Sonntag» und «Leben & Glauben» gehören zum weitesten Nutzerkreis der Besteller per Katalog oder Prospekt.

Einkaufen von zu Hause

Weitester Nutzerkreis

Bestellung per Katalog oder Prospekt	58 %	24 %
Bestellung per Internet		

Der Katalog ist nach wie vor das am häufigsten genutzte Bestellmedium.

Produktgruppen

WNK Besteller «Sonntag» und «Leben & Glauben»
Bestellungen letzte 12 Monate

Frauen	56 %
Kleider / Unterwäsche	69 %
Bücher	43 %
Bett- / Badezimmerwäsche / Vorhänge	30 %
Schuhe	21 %
Körperpflege / Kosmetik	21 %
Ferien / Reisen	18 %
Elektrische Haushaltgeräte	16 %

84'000 Leser haben in den letzten 12 Monaten mindestens eine Bestellung per Katalog getätigt.

Haushalteinkommen der Postkäufer

WNK Besteller «Sonntag» und «Leben & Glauben»

bis Fr. 4'000.–	22 %
Fr. 4'000.– bis Fr. 6'000.–	26 %
Fr. 6'000.– bis Fr. 8'000.–	23 %
Fr. 8'000.– bis Fr. 10'000.–	15 %
Fr. 10'000.– bis Fr. 15'000.–	11 %
über Fr. 15'000.–	3 %

29 % der Postkäufer bei «Sonntag» und «Leben & Glauben» verfügen über mehr als Fr. 8'000.- pro Monat.

Nur wer vergleicht, setzt seinen Werbefranken effektiv ein.

Bei «Sonntag» und «Leben & Glauben» profitieren Sie gleich mehrfach.

Seitenpreis «Sonntag»	Fr. 4'600.–
Seitenpreis «Leben & Glauben»	Fr. 4'000.–

Buchen Sie «Sonntag» und «Leben & Glauben» in der Qualiforty-Kombi und profitieren Sie automatisch von einem Kombi-Rabatt von 20 %.

Seitenpreis Qualiforty-Kombi	Fr. 6'900.–
TLP	Fr. 45.69
Kosten pro Kontakt	4,5 Rappen

Für nur Fr. 6'900.- erreichen Sie 151'000 potentielle Kunden.

Intermediavergleich

Vergleichen Sie den Kontaktpreis von «Sonntag» und «Leben & Glauben» mit anderen Medien – und freuen Sie sich über den effizienten Einsatz Ihres Werbefrankens: Die detaillierten Kalkulationsbeispiele finden Sie unter www.insertas.ch.

Beispiel: Streuwurf 26 Rappen pro Kontakt
Auflage: 40'000 Ex., A-Orte

Beispiel: Directmailing 273 Rappen pro Kontakt
Auflage: 3'000 Ex.

Intramediavergleich

mit ausgewählten Prinmedien

Titel	Preis 1/1 Seite	TLP
Natürlich leben	Fr. 6'300.–	Fr. 32.02
Active Live	Fr. 6'500.–	Fr. 43.61
Die Weltwoche	Fr. 15'300.–	Fr. 44.02
Zeitlupe (4. US)	Fr. 7'825.–	Fr. 45.76
Bauernzeitung	Fr. 8'145.–	Fr. 50.99
Handelszeitung	Fr. 13'500.–	Fr. 92.15

Die Leser von «Sonntag» und «Leben & Glauben» weisen nicht nur ein hohes Potential auf. Sie können zudem nur selten über vergleichbare Printprodukte erreicht werden:

Von den Lesern von «Sonntag» und «Leben & Glauben» lesen

- 93 % nicht Active Live
- 91 % nicht die Bauernzeitung
- 91 % nicht Natürlich leben
- 86 % nicht die Zeitlupe
- 85 % nicht Via
- 85 % nicht das Beste - Reader's Digest
- 85 % nicht die Tierwelt
- 84 % nicht die GlücksPost
- 83 % nicht die Saisonküche
- 80 % nicht den Schweizer Hauseigentümer
- 76 % nicht die Schweizer Hausapotheke
- 70 % nicht die Schweizer Illustrierte
- 69 % nicht die Schweizer Familie
- 67 % nicht den Drogistenstern
- 65 % nicht den Beobachter
- 37 % nicht das Migros-Magazin
- 27 % nicht die Coopzeitung