

kicker-sportmagazin in der ma 2011 II

Demographie • Freizeitverhalten • Besitz

www.kicker.de

SPORTMAGAZIN

kicker

VOR DEM HIT GEGEN BRASILIEN
Wer bei Löw keine Rolle mehr spielt

INTERVIEW
Hitzfeld:
Auf wen es
in dieser
Saison
ankommt

FC BAYERN
Die Rückkehr
für Heynckes

SCHALKE 04
Der Rückschlag
für Rangnick

Die Liga lässt's krachen

Ein Traumstart für den Meister und die ersten Aufreger

+ EXTRA
Alles über die
Regionalligen

Nr. 64
32. Woche
8. August 2011
€ 2,30
Doppelheft

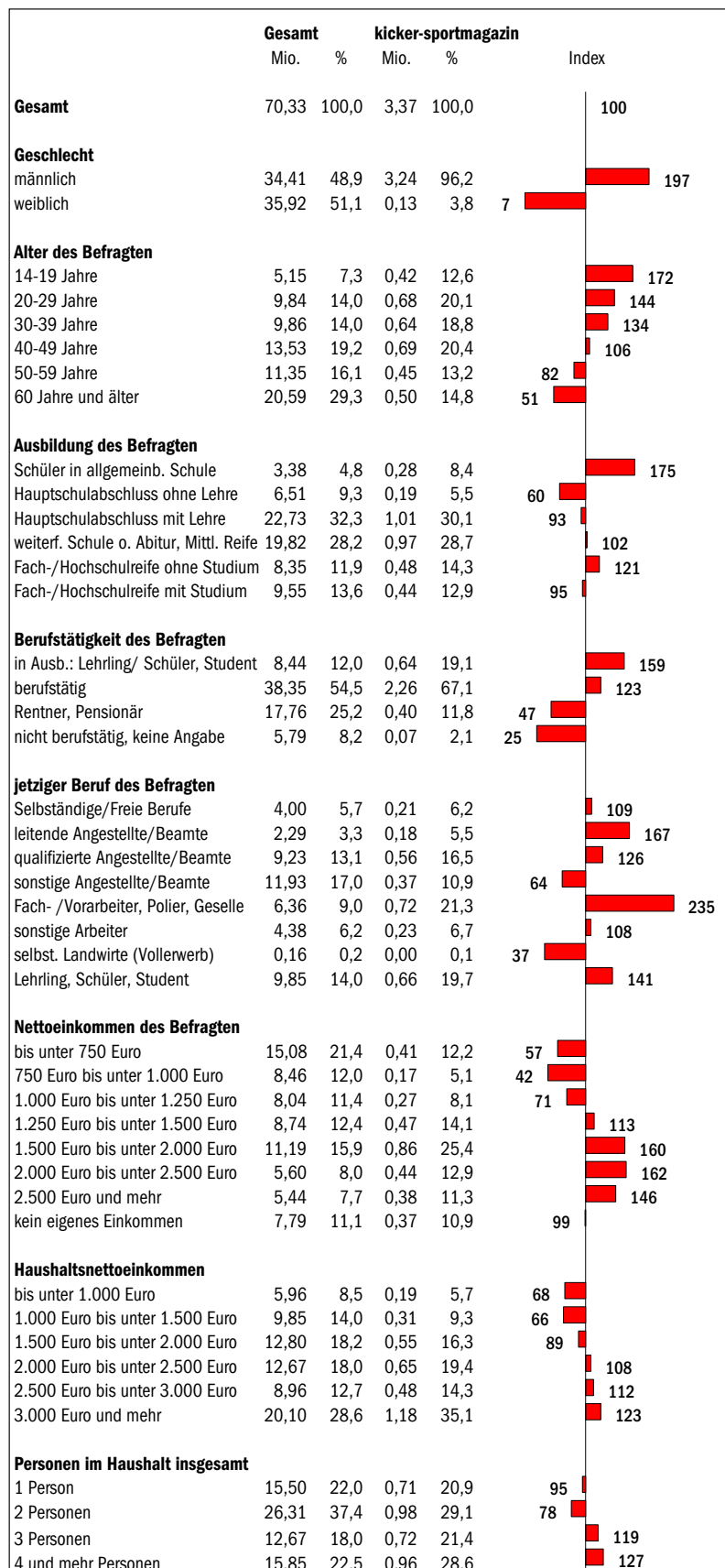
Salihamidzic, Mölders, Kvist ... Das brachten die Neuen

4 190136 792308 10032



Inhalt

Demographie.....	4
Freizeit- und Reiseverhalten.....	5
PKW und Sportartikel.....	6
Technikbesitz und Multimedianeutzung.....	7
Kernleser und Objektdaten.....	8
Untersuchungssteckbrief.....	9
Ansprechpartner.....	10



kicker-Leser sind...

...die männlichsten

der höchste Männeranteil aller MA-Titel pädestiniert den kicker für Männerkampagnen

...jung und gebildet

über die Hälfte der Leser ist unter 40. Von den Anfängen der Ausbildung bis zum Abitur erreicht kicker alle gebildeten jungen Zielgruppen

...beruflich erfolgreich

kicker-Leser finden sich in qualifizierten und leitenden Positionen

...einkommensstark

kicker-Leser verfügen über ein hohes - in den Klassen über 1.500 Euro überdurchschnittliches - persönliches Einkommen.

Auch in den Haushalten findet sich ein überdurchschnittliches Einkommen von 3.000 Euro und mehr.

kicker-Leser zeichnen sich durch eine **hohe Kaufkraft** und ein **hohes Konsumpotenzial** aus.

...Familienmenschen

kicker erreicht Haushalte mit mehreren Personen und damit hohem Konsumpotenzial

Freizeit- und Reiseverhalten

kicker-Leser sind...

...sportlich aktiv

sie nehmen nicht nur passiv, sondern auch aktiv am Sportgeschehen teil

... Heimwerker

sie gestalten und bauen zu Hause gerne um und machen die Dinge selbst

...unternehmungslustig

sie gehen gerne aus und suchen gesellige Umfelder

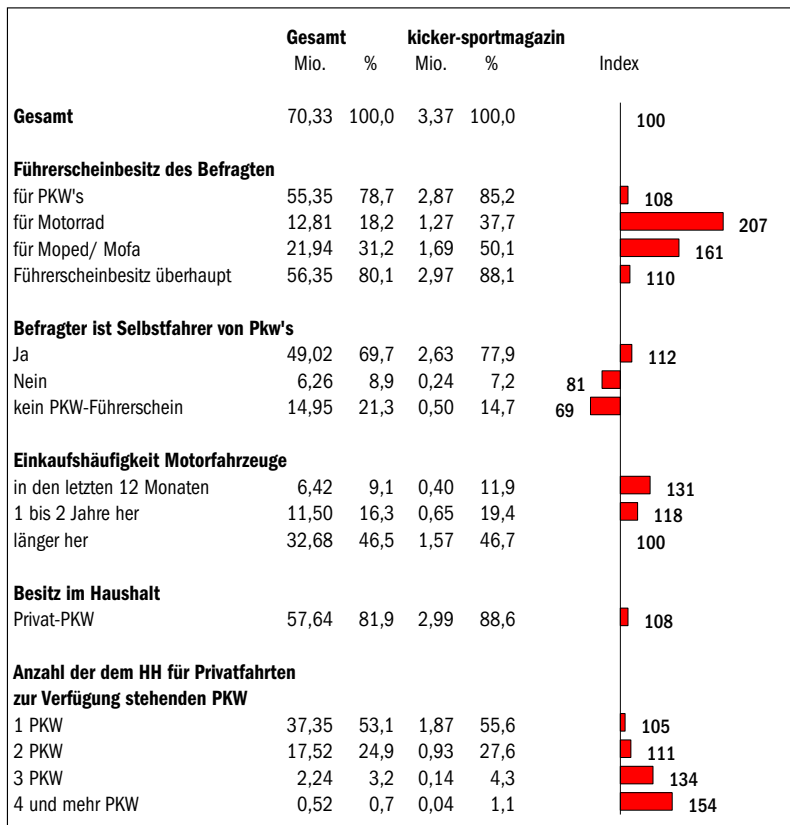
...reiselustig

sie sind viel unterwegs im In- und Ausland, kurz übers Wochenende, ausgiebig zur Entspannung oder im Aktivurlaub

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
Gesamt	70,33	100,0	3,37	100,0	100
Freizeitverhalten des Befragten					
- mehrmals in der Woche					
Fitness, Sport treiben	16,24	23,1	1,25	37,2	161
ausgehen (Gaststätte, Disco etc.)	3,97	5,6	0,42	12,6	223
CDs, MP3s, Kassetten etc. hören	21,98	31,3	1,43	42,4	136
Videos, DVDs ansehen	5,63	8,0	0,46	13,5	169
basteln, heimwerken, do-it-yourself	6,50	9,2	0,44	13,0	141
Freizeitverhalten des Befragten					
- mind. mehrmals im Monat					
Fitness, Sport treiben	32,14	45,7	2,10	62,3	136
ausgehen (Gaststätte, Disco etc.)	24,62	35,0	1,85	54,8	157
Theater, Konzert, Kulturelles	2,03	2,9	0,14	4,3	149
CDs, MP3s, Kassetten etc. hören	39,48	56,1	2,31	68,7	122
Videos, DVDs ansehen	22,82	32,5	1,68	49,9	154
basteln, heimwerken, do-it-yourself	19,84	28,2	1,27	37,5	133
ins Kino gehen					
mind. mehrmals im Monat	2,09	3,0	0,17	5,2	174
etwa einmal im Monat	7,90	11,2	0,62	18,3	163
seltener	35,43	50,4	1,86	55,2	110
nie	24,83	35,3	0,71	21,2	60

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
Gesamt	70,33	100,0	3,37	100,0	100
Letzte größere Ferienreise					
innerhalb der letzten 12 Monate	40,08	57,0	2,13	63,2	111
1-2 Jahre her	9,21	13,1	0,42	12,4	95
länger her	17,21	24,5	0,67	19,9	81
nie größere Ferienreise gemacht	3,83	5,4	0,15	4,5	82
Ziel dieser größeren Ferienreise					
Deutschland	17,05	24,2	0,63	18,8	77
Österreich, Schweiz, Südtirol	7,60	10,8	0,31	9,3	86
Europäisches Ausland	31,92	45,4	1,73	51,3	113
Außereuropäisches Ausland	9,70	13,8	0,54	16,1	116
Kurzreise i. d. l. 12 Mon. gemacht					
ja, eine	17,09	24,3	0,80	23,8	98
ja, mehrere	14,14	20,1	0,90	26,8	133
nein, keine	39,05	55,5	1,66	49,3	89
Ziel dieser Kurzreisen					
Deutschland	25,02	35,6	1,36	40,3	113
Österreich, Schweiz, Südtirol	7,16	10,2	0,40	11,9	117
Europäisches Ausland	8,42	12,0	0,55	16,4	137
Außereuropäisches Ausland	0,47	0,7	0,03	0,9	140
Art der Reise					
Bade-/ Sonnenurlaub	36,58	52,0	2,07	61,3	118
Städtereisen	15,05	21,4	0,82	24,2	113
Event-, Veranstaltungsreise	4,47	6,3	0,43	12,8	201
Skiurlaub, Wintersporturlaub	5,72	8,1	0,40	12,0	147
Bildungs-/ Sprachreise	3,09	4,4	0,16	4,6	105
Urlaub in einem Club	2,37	3,4	0,15	4,5	132
Trekkingurlaub	0,67	1,0	0,06	1,7	174

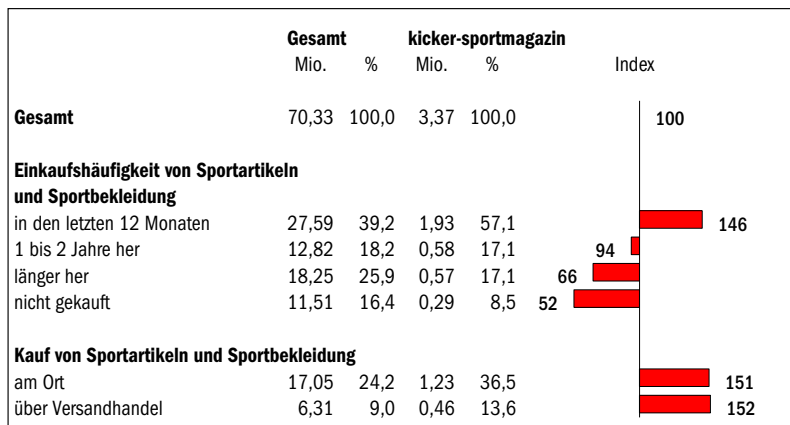
PKW und Sportartikel



kicker-Leser sind...

...Autofans

sie sind leidenschaftliche Autobesitzer, Autofahrer und -käufer



...konsumfreudige Sportler

sie haben eine hohe Anschaffungsneigung für ihre ausgeprägten Sportaktivitäten

Besitz moderner Technik und Multimedianautzung

kicker-Leser sind...

...technikverliebt

sie sind Innovatoren und Besitzer modernster Unterhaltungselektronik

...Technik-Käufer

sie haben eine hohe Anschaffungsneigung bei Unterhaltungselektronik und Haustechnik

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
Gesamt	70,33	100,0	3,37	100,0	100
Besitz im Haushalt					
Stationärer Computer: PC oder Mac	40,17	57,1	2,32	68,8	121
Laptop oder Notebook	31,52	44,8	1,86	55,1	123
Internet-Anschluss	48,77	69,3	2,77	82,2	119
Anrufbeantworter	34,30	48,8	1,87	55,4	114
Fax-Gerät	13,61	19,4	0,74	21,9	113
Videokamera/ Camcorder	16,26	23,1	1,10	32,6	141
Digitaler Fotoapparat	45,15	64,2	2,49	73,9	115
Flachbildfernseher (LCD, Plasma)	38,15	54,2	2,15	63,9	118
HDTV-fähiger Digitalreceiver	9,11	12,9	0,77	22,9	177
DVD-Recorder	16,31	23,2	1,11	32,9	142
Festplattenrekorder	3,75	5,3	0,30	9,0	169
Spielekonsole	18,23	25,9	1,39	41,4	160
MP3 Player	28,70	40,8	1,86	55,2	135
In den letzten 12 Monaten eingekauft					
Computer/ Computerausstattung	14,92	21,2	1,10	32,5	153
Geräte der Unterhaltungselektronik	16,20	23,0	1,06	31,4	136
Kameras	6,30	9,0	0,39	11,7	130
Heimwerker-/ Gartenbedarf	18,59	26,4	1,02	30,4	115

...Computer-Freaks

sie sind häufige und sehr intensive Nutzer von Computern

...multimedial

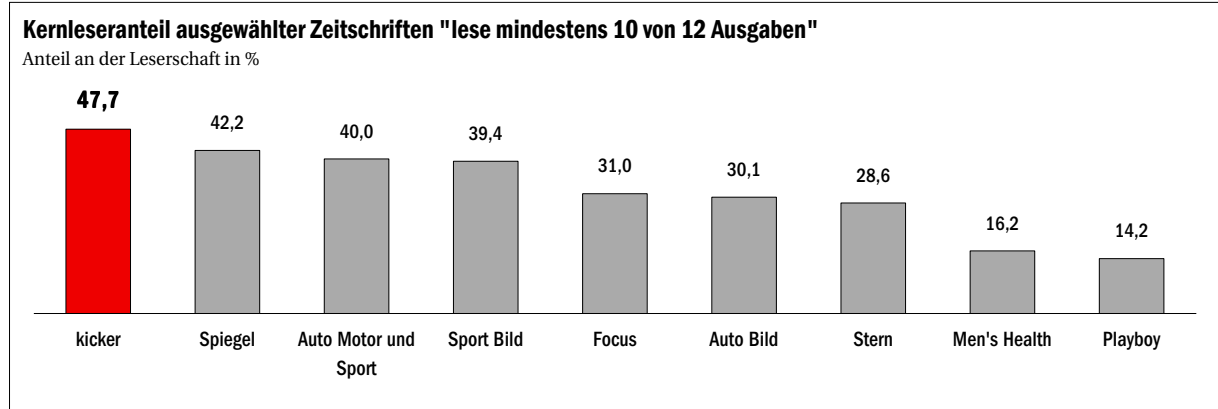
das Internet ist für sie in vielen Bereichen ein unverzichtbarer Lebensbestandteil

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
Gesamt	70,33	100,0	3,37	100,0	100
Nutzung eines PC, Notebook, Laptop etc.					
ja	47,72	67,8	2,80	83,0	122
nein	22,59	32,1	0,57	17,0	53
Intensität der Nutzung					
täglich/fast täglich	27,95	39,7	1,82	53,9	136
mehrmals in der Woche	15,81	22,5	0,85	25,3	112
mehrmals im Monat	3,23	4,6	0,10	3,1	68
etwa einmal im Monat	0,32	0,5	0,01	0,2	51
seltener	0,35	0,5	0,01	0,3	53
keine Nutzung	22,62	32,2	0,57	17,0	53
Persönliche Nutzung von Angeboten im Internet					
ja	47,18	67,1	2,76	82,0	122
nein	23,15	32,9	0,61	18,0	55
Persönliche Nutzung von Angeboten im Internet i.d.l. 3 Monaten					
Informationssuche (Suchmasch.)	45,71	65,0	2,72	80,8	124
Unterhaltungsangebote	29,64	42,1	2,12	62,8	149
Dienstleistungen	28,15	40,0	1,82	54,0	135
Einkauf/Warenbestellung	31,34	44,6	1,99	59,1	133
Bankgeschäfte (online banking)	23,90	34,0	1,49	44,2	130
Newsgroups / Chatten	20,18	28,7	1,54	45,7	159
Briefe, Infos via e-mail	44,43	63,2	2,67	79,2	125
Nutzungshäufigkeit von Internet					
in den letzten 3 Monaten	46,59	66,2	2,75	81,5	123
1/4 bis 1/2 Jahr her	0,41	0,6	0,01	0,3	60
länger her	0,10	0,1	0,00	0,0	31
keine pers. Nutzung	23,15	32,9	0,61	18,0	55

Kernleser und Objektdaten

Höchste Leser-Blatt-Bindung

In einer Zeit, in der der Medienmarkt immer vielfältiger wird, kommt der Leser-Blatt-Bindung als Selektionskriterium eine immer größere Bedeutung zu. Der höchste Anteil an Kernlesern (Personen, die mindestens 10 von 12 Ausgaben einer Zeitschrift gelesen haben) ist ein Indiz für die starke Bindung der Leser an den kicker.



Objektdaten

Copy-Preis 2,30 Euro

Auflage IVW II/2011

Verkaufte Auflage 196.984 Exemplare

Abonnenten-Auflage 69.182 Exemplare

Reichweite ma 2011 II

Gesamt in Mio. 3,37

Gesamt in Prozent 4,8

Männer in Mio. 3,24

Männer in Prozent 9,4

Anzeigenpreise 2011, brutto

1/1 Seite ein- bis vierfarbig 23.300 Euro

1/1 Seite 2./4. Umschlagseite 25.630 Euro

1000-Kontakt-Preis 1/1 4c, netto

Gesamt 6,91 Euro

Männer 7,18 Euro

Anzeigenschluss

kicker Tiefdruckteil 4 Wochen vor ET

kicker Zeitungsteil 10 Tage vor ET

Untersuchungssteckbrief

Grundgesamtheit:

Personen (Mio): 70,332
Haushalte (Mio): 39,520

Fallzahlen:

Pressemedientranche:
Summe Personengewichte: 38.436
Summe Haushaltsgewichte: 37.375

Erhebung und Ausweisung:

	erhoben	ausgewiesen
Zeitschriften / Wochenzeitungen:	178/175 ¹⁾	166
Supplements / Zeitungsmagazin	3	3
Konpress-Titel	38/37 ¹⁾	1
Lesezirkel	1	1

1) PT 2011, 1.Welle / PT 2011, 2. Welle

Erhebungszeiträume:

PT 2011 1. Welle 28.02.2010 - 11.09.2010
PT 2011 2. Welle 12.09.2010 - 29.01.2011

Zeitschriften Veränderungen:

Probeerhebung ma 2011 Pressemedien II bestanden

Auf Basis der 1. und 2. Welle ma 2011:

myself (mo)

Auf Basis der 2.Welle ma 2011

Wunderwelt Wissen (mo)

Hinweis: Laviva erreichte bereits auf Basis einer Welle die Fallzahlgrenze von 351 im WLK. Daher wurden die Reichweitenwerte aus der 2. Welle ma 2011 in die vorhergehende Welle per Injektionsverfahren übertragen.

Ausgeschiedene Titel

TV neu (wö)

Änderung der Erscheinungsweise

Chip Test & Kauf : mo -> 2-monatlich

Hinweis: Chip TEst & Kauf erscheint ab Januar 2011 2-monatlich. Der Titel wird, wie in der 1. und 2. Welle 2011 erhoben, in der ma 2011 Pressemedien II als monatlicher Titel ausgewiesen.

Probeerhebung ma 2011 Pressemedien II nicht bestanden

Auf Basis der 2. Welle ma 2011:

Grün (mo)
plus Magazin (mo)

Auf Basis der 1. und der 2. Welle ma 2011

Lust Auf Genuss (mo)
TV für mich (14)
Twist (mo)
Yeah! (mo)

Ansprechpartner

Olympia-Verlag GmbH
Anzeigenabteilung kicker
Badstr. 4-6
90402 Nürnberg
Fax: 0911/216-2739
E-Mail: anzeigen@kicker.de
www.olympia-verlag.de

Leitung Vermarktung Print + Digitale Medien

Axel Nieber
Tel: 0911/216-2212
E-Mail: a.nieber@kicker.de

Nielsen 1

Nicole Simons
Jan Logemann
Nicole Simons
Verlags-Mediaservice GmbH
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Tel: 040/22 72 25-0
Fax: 040/22 72 25-10
E-Mail: info@simons-vs.de
www.simons-vs.de

Nielsen 2

Für Kunden:
Alfred Gerczikow
Daniel Fuest
Yvonne Faymonville
Quadromedia GmbH
Holzstraße 2
40221 Düsseldorf
Tel: 0211/41743997-0
Fax: 0211/41743997-9
E-Mail: duesseldorf@quadromedia.eu
www.quadromedia.eu

Für Agenturen:
Andreas Paßmann
Martin Schaible
Günter Schmitz
Schaible & Paßmann
MedienPartner GmbH
Großenbaumer Weg 8
40472 Düsseldorf
Tel: 0211/54 21 81-0
Fax: 0211/54 21 81-70
E-Mail: nrw@medienpartner.net
www.nrw.medienpartner.net

Nielsen 3 a

Alfred Gerczikow
Hans-Georg Schultz
Claudia Desch
Heike Bothe
Verlagsbüro Leo Krimmer GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/Man
Tel: 069/53 09 08-0
Fax: 069/53 09 08-50
E-Mail: frankfurt@krimmer.com
www.krimmer.com

Nielsen 3 b

Steffen Bischofberger
Martin Schaible
Bischofberger & Schaible
MedienPartner GmbH
Birkenwaldstraße 42 B
70191 Stuttgart
Tel: 0711/25 94 34-3
Fax: 0711/25 94 34-44
E-Mail: bawue@medienpartner.net
www.medienpartner.net

Nielsen 4

Martin Schaible
Udo Oliver Bonk
Marc Meier
Schaible MedienPartner GmbH
Stievestraße 16
80638 München
Tel: 089/17 30 07-0
Fax: 089/17 30 07-70
E-Mail: bayern@medienpartner.net
www.medienpartner.net

Nielsen 5, 6, 7

Ralf Hünninghaus
Anja Balbach
Verlagsbüro Leo Krimmer GmbH
Bülowstraße 66
10783 Berlin
Tel: 030/89 38 27-0
Fax: 030/89 38 27-33
E-Mail: berlin@krimmer.com
www.krimmer.com

Ausland

Inga Hilgenfeld
Gruner + Jahr AG & Co KG
International Media Sales
Am Baumwall 11
20459 Hamburg
Tel: 040/37 03 – 2951
Fax: 040/37 03 – 172951
E-Mail: hilgenfeld.inga@guj.de
www.gujmedia.com