



Frankfurter Allgemeine
MEDIA SOLUTIONS

Frankfurter Allgemeine Quarterly

Erste Leserbefragung 2017

Positives Echo aus dem Lesermarkt

Welche Zielgruppe begeistert F.A.Q.?

Die erste Ausgabe von Frankfurter Allgemeine Quarterly erschien Ende 2016. Zum Start wurde das Magazin nicht nur im Handel verkauft, sondern unter anderem auch unaufgefordert an ausgewählte **Abonnenten der F.A.Z. und F.A.S.** verschickt.

Um zu prüfen, wie und bei wem F.A.Q. besonders gut ankommt, wurden diese Abonnenten im Nachgang per E-Mail zur **Onlinebefragung eingeladen.**

Die Ergebnisse bieten erste Einblicke in das **Kernpotential von F.A.Q.** Detailliertere Daten, wie z.B. zur Soziodemographie, werden spätere Erhebungen liefern.



Ergebnisse im Überblick

F.A.Q. überzeugt vor allem erfolgreiche, vielseitig interessierte Menschen

Die Leser von F.A.Q., die das Magazin mit sehr gut oder gut bewerten, sind eine Top-Zielgruppe für Werbungtreibende. Sie ...

- sind **überdurchschnittlich einkommensstark**: drei Viertel haben ein persönliches monatliches Nettoeinkommen über 3.000 Euro.
- zeichnen sich durch eine **offene und engagierte Lebenseinstellung** aus: zum Beispiel wollen 85 Prozent von ihnen immer Neues lernen.
- haben **vielseitige Interessen** rund um einen modernen Lebensstil: von Politik und Wirtschaft über Wissenschaft und Kultur bis zu Urlaub, Technik und Design.
- schätzen F.A.Q. als **hochwertiges und inhaltlich einzigartiges neues Medium** – und werden das Magazin weiter verfolgen.





F.A.Q.-Kernzielgruppe

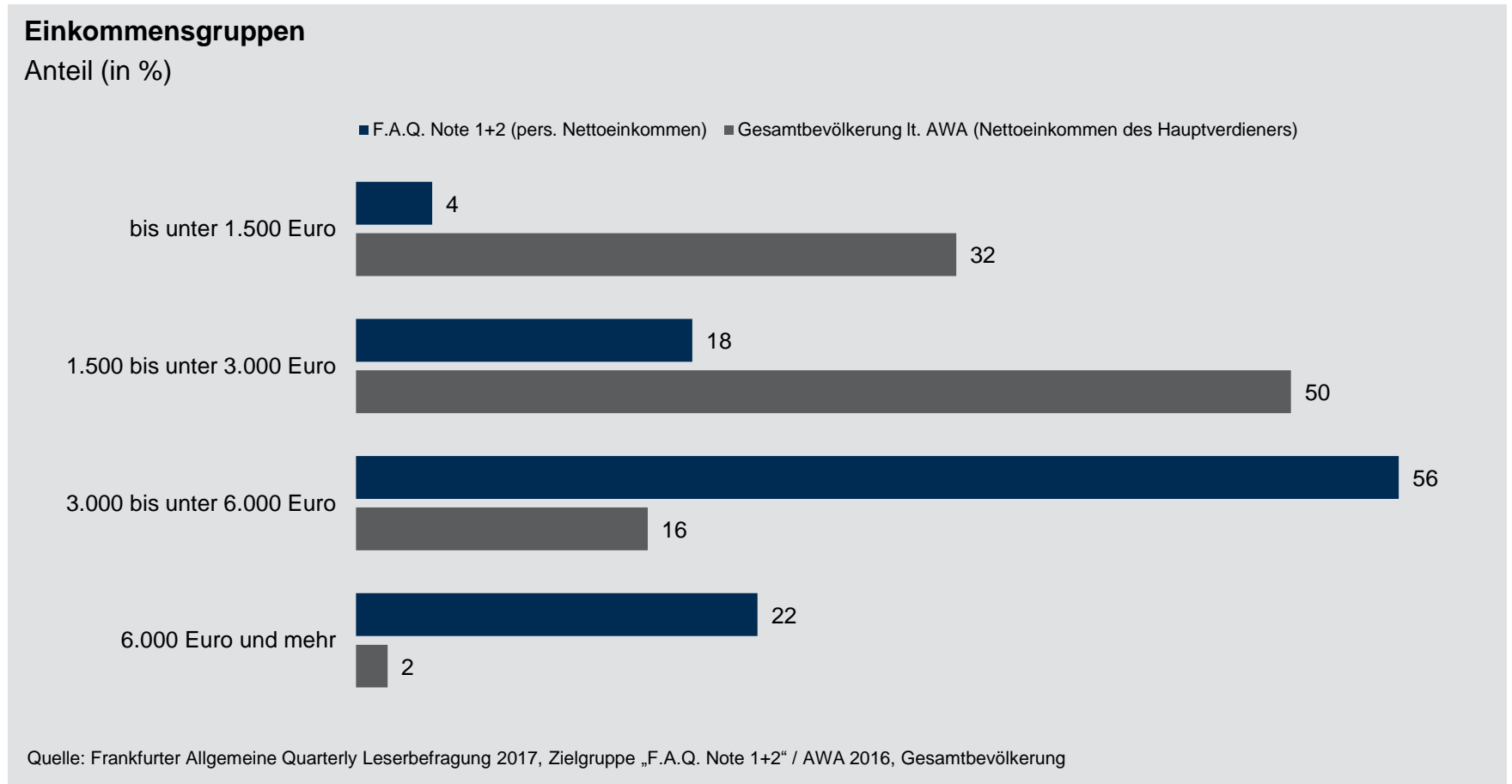
Einkommensstark, erfolgreich, engagiert

Überdurchschnittliches Einkommen

Die Kernzielgruppe von F.A.Q. verdient deutlich mehr als die Gesamtbevölkerung

Das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen in Deutschland liegt derzeit bei knapp 3.000 Euro.

Über **drei Viertel der Kernzielgruppe** von F.A.Q. liegt allein mit ihrem persönlichen Nettoeinkommen über dieser Marke.



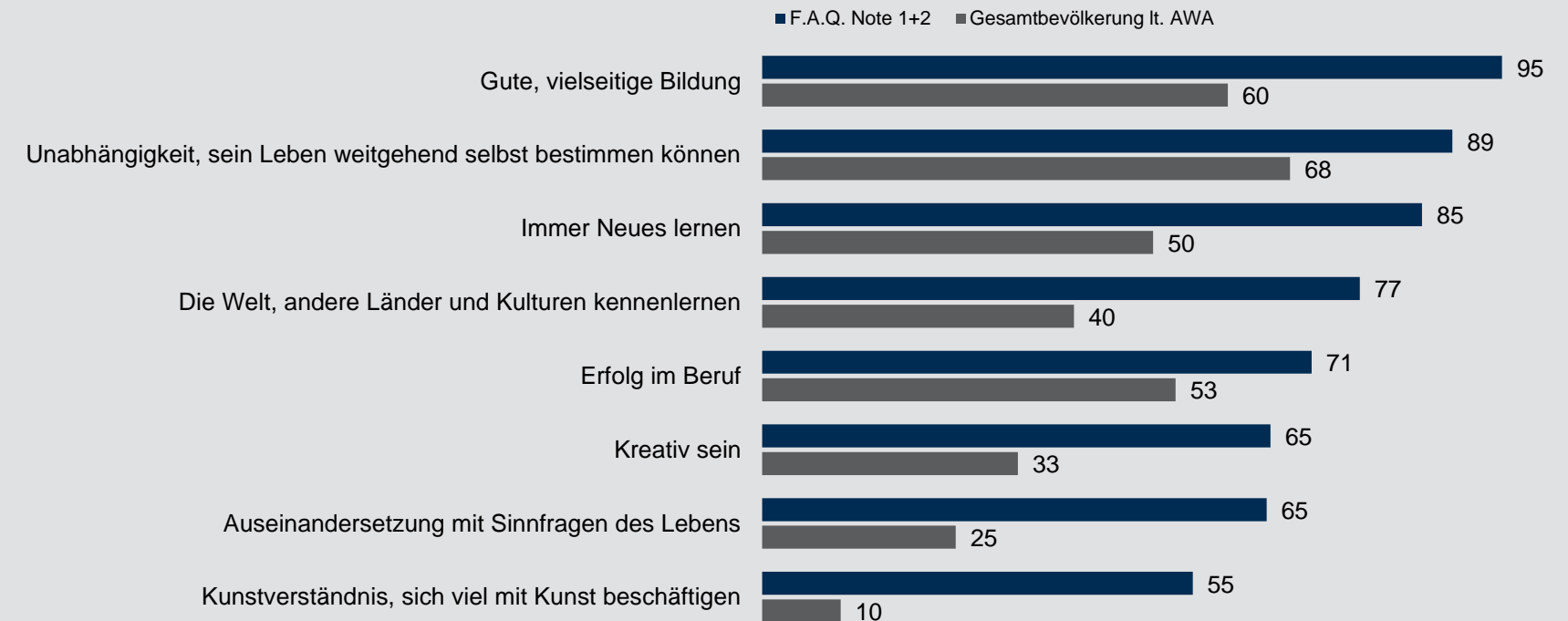
Aufgeschlossen und neugierig

Kreative Vorreiter schätzen die Inspirationen aus F.A.Q.

Die Kernzielgruppe von F.A.Q. unterscheidet sich in vielen Punkten stark von der Durchschnittsbevölkerung. Vor allen Dingen erscheint sie insgesamt **kreativer, offener und engagierter.**

Das finde ich wichtig und erstrebenswert (Auswahl)

Zustimmung mit Stufe 1 oder 2 einer 6er-Skala / Zustimmung AWA, Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“ / AWA 2016, Gesamtbevölkerung

Meinungsführer und Multiplikatoren

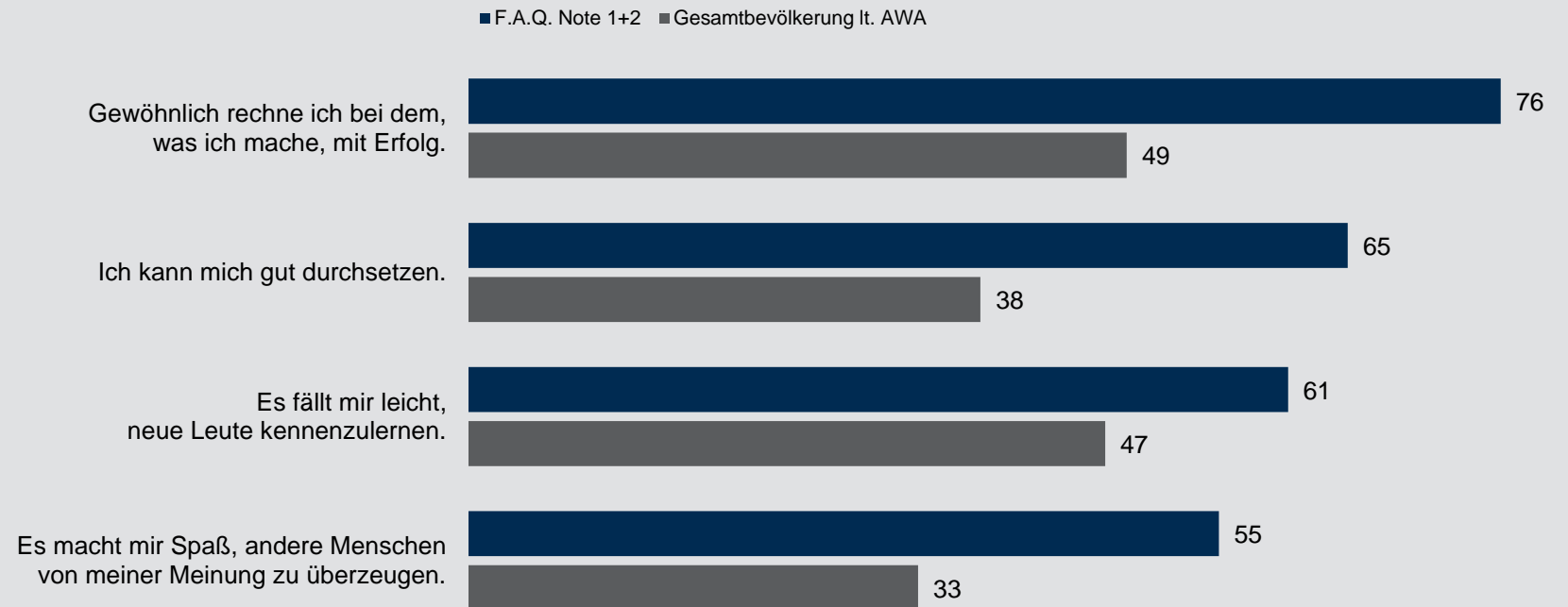
Zur Kernzielgruppe gehören Optimisten mit Durchsetzungs- und Überzeugungskraft

Die Kernzielgruppe von F.A.Q. blickt grundsätzlich optimistisch in die Zukunft und **rechnet mit Erfolg.**

Sie schätzt sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung als **durchsetzungsstärker und überzeugender** ein.

Statements zu Meinungsführerschaft und Zukunftsorientierung

Zustimmung mit Stufe 1 oder 2 einer 6er-Skala / Zustimmung (AWA), Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“ / AWA 2016, Gesamtbevölkerung

Breites Interessenspektrum

Von Politik über Wissenschaft bis zu Kultur vielseitig aufgeschlossen

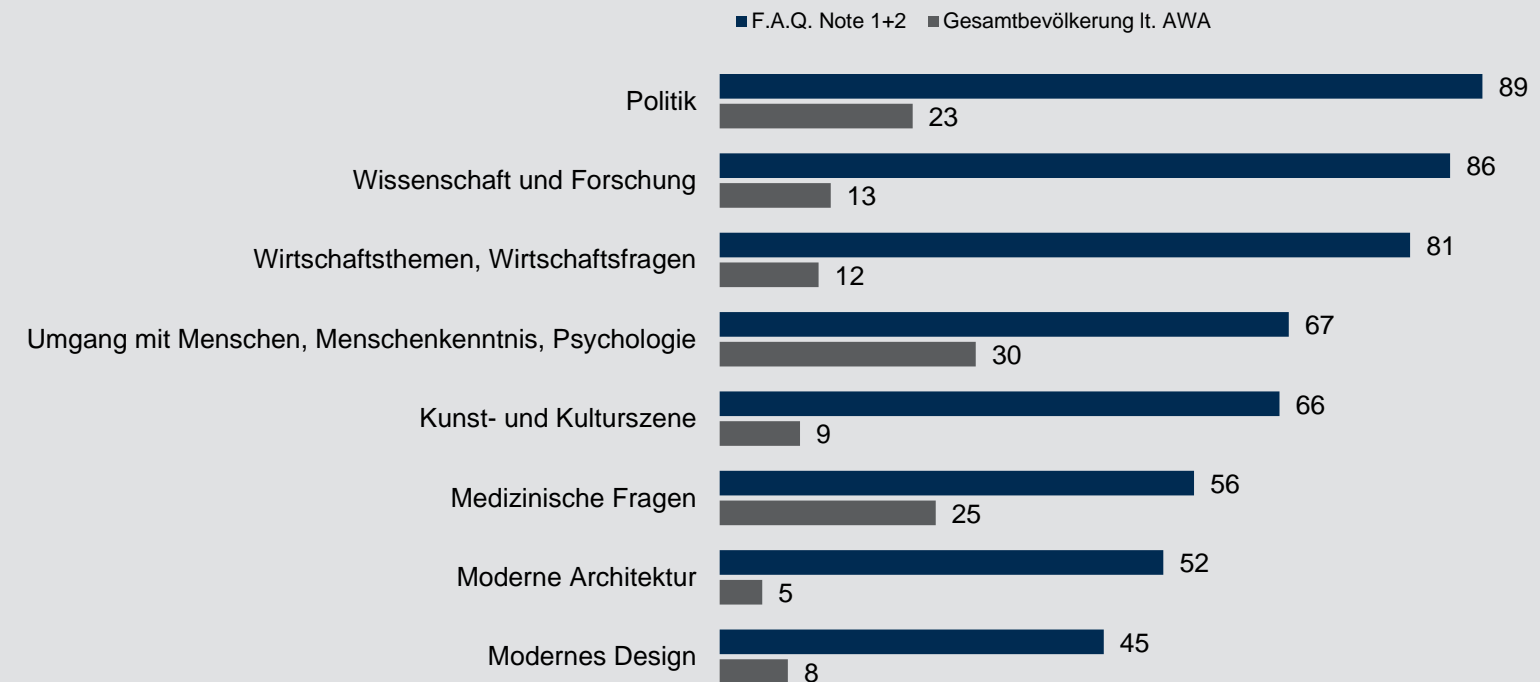
Die Kernzielgruppe von F.A.Q. interessiert sich für klassische F.A.Z.-Themen wie **Politik, Geschichte, Wissenschaft und Wirtschaft** – weit mehr als der Durchschnitt der Bevölkerung.

Vor allem **Kunst und Kultur** begeistern die Leser.

Beispielsweise interessiert sich fast jeder Zweite für **moderne Architektur und modernes Design** – in der Gesamtbevölkerung sind es lediglich 5 bzw. 8 Prozent.

Interesse an nichtkonsumptiven Themen

Zustimmung mit Stufe 1 oder 2 einer 6er-Skala / „Interessiert mich ganz besonders“ (AWA), Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“ / AWA 2016, Gesamtbevölkerung

Vielfältige Konsuminteressen

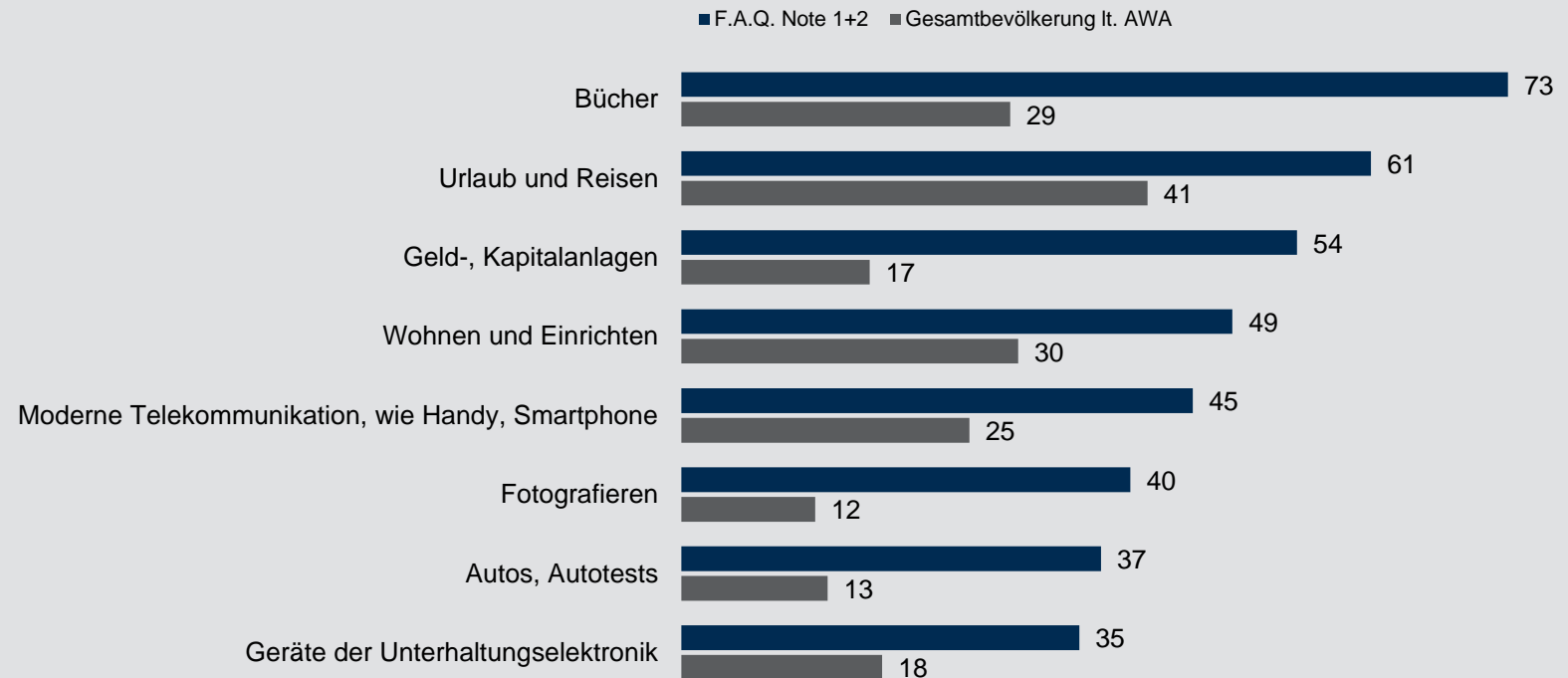
Die Kernzielgruppe pflegt einen inspirierenden Lebensstil

Die Kernzielgruppe von F.A.Q. ist offen für alles, was zum modernen Leben dazugehört – im Vergleich deutlich stärker als die Bevölkerung:

- Neue Eindrücke sammeln die Leser in **Büchern** oder auf **Reisen**.
- Ein kreatives **privates Wohnumfeld** ist ihnen wichtig.
- Auch **technisch** sind sie gerne up to date.
- **Geld- und Kapitalanlagen** sind ein wichtiges Thema.

Interesse an Konsumthemen

Zustimmung mit Stufe 1 oder 2 einer 6er-Skala / „Interessiert mich ganz besonders“ (AWA), Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“ / AWA 2016, Gesamtbevölkerung



F.A.Q.-Bewertung

Hochwertig, einzigartig –
und auch in Zukunft interessant

Hochwertiges Layout und einzigartiger Content

... damit gewinnt F.A.Q. ein Spitzenpotential für sich

Was gefällt der Kernzielgruppe am neuen Magazin besonders? Zustimmungswerte teilweise über 90 Prozent zeigen, dass das neuartige Konzept bei ihnen bestens ankommt:

- **Gestaltung, Bilder und Papier** überzeugen auf ganzer Linie.
- Die **Inhalte** sind seriös, informativ – und neu im Zeitschriftenmarkt.

Heftbewertung in der Kernzielgruppe

Zustimmung mit Stufe 1 oder 2 einer 6er-Skala, Anteil (in %)

Frankfurter Allgemeine Quarterly ...



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“

Die Zukunft im Blick

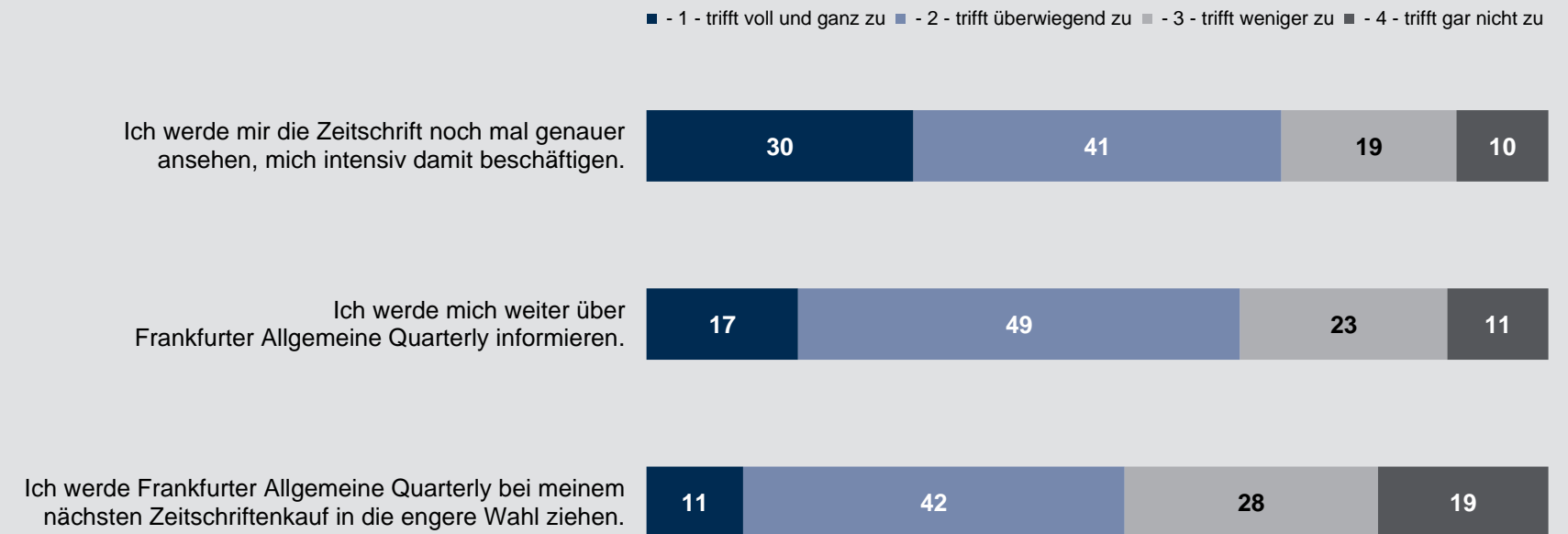
Begeisterte Leser von F.A.Q. suchen weiter nach Inspirationen

Bei der Zielgruppe, der das neue Magazin gefällt, ist das **Interesse groß** – auch an den nächsten Ausgaben.

Mehr als die Hälfte wollen das Magazin weiter **im Blick behalten** oder es beim nächsten Zeitschriftenkauf in die engere Wahl ziehen.

„Actions taken“

Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Leserbefragung 2017, Zielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“



Studiensteckbrief

Leserbefragung 2017

Methodische Informationen

Leserbefragung 2017

Grundgesamtheit: Ca. 12.000 F.A.Z./F.A.S.-Abonnenten, denen die erste Ausgabe von F.A.Q. unverlangt zugesandt wurde

Stichprobe: Nichtrepräsentative Leserstichprobe

Methode: Schriftliche Onlinebefragung zum Selbstausfüllen, Einladung per E-Mail

Fallzahl: 477 vollständig ausgefüllte Fragebögen, davon 440 Befragte, die mindestens ganz wenige Seiten des neuen F.A.Q.-Heftes gelesen haben

Kernzielgruppe „F.A.Q. Note 1+2“: Magazin gelesen und Benotung insgesamt mit sehr gut / gut (196 Befragte)

Erhebungszeitraum: 5. Dezember 2016 bis Ende Januar 2017

Durchführung: creative analytic 3000 GmbH, Frankfurt am Main

Auftraggeber, Konzept und Auswertung:

F.A.Z. Media Solutions / F.A.Z. Media Service



Wir beraten Sie gerne

Büro Berlin

(Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen)

Mittelstr. 2-4
10117 Berlin

Telefon: +49 30 2 06 18-3 20
E-Mail: berlin-sales@faz.de

Büro Hamburg

(Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)

Kattrepelsbrücke 1
20095 Hamburg

Telefon: +49 40 30 95 63 20
E-Mail: hamburg-sales@faz.de

Büro Frankfurt

(Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)

Hellerhofstr. 2-4
60327 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 75 91-32 20
E-Mail: frankfurt-sales@faz.de

Büro Düsseldorf

(Nordrhein-Westfalen)

Graf-Adolf-Platz 12
40213 Düsseldorf

Telefon: +49 211 86 22 63 20
E-Mail: duesseldorf-sales@faz.de

Büro München

(Bayern, Baden-Württemberg)

Königinstr. 11
80539 München

Telefon: +49 89 28 65 38 20
E-Mail: muenchen-sales@faz.de

Team Mode und Lifestyle

Telefon: +49 69 75 91-25 23
E-Mail: lifestyle-sales@faz.de

Team Literatur, Kunst und Kultur

Telefon: +49 69 75 91-13 10
E-Mail: kultur-sales@faz.de

Team Stellenmarkt

Telefon: +49 69 75 91-34 00
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

Team International Sales

Telefon: +49 69 75 91-25 23
E-Mail: international-sales@faz.de

Ihren persönlichen Kontakt finden Sie unter www.faz.media/team

Anschrift des Verlages

Frankfurter Allgemeine
Zeitung GmbH
Media Solutions

60267 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 75 91-25 20
Telefax: +49 69 75 91-80 89 20
E-Mail: media-solutions@faz.de

Internet: www.faz.media