



Frankfurter Allgemeine
MEDIA SOLUTIONS

Frankfurter Allgemeine Quarterly

Befragung der Kiosk-Käufer 2017

F.A.Q. erzielt Bestnoten am Kiosk

Ergebnisse im Überblick

Am Kiosk überzeugt F.A.Q. eine attraktive Zielgruppe, die kreativen Vordenker. Die F.A.Q.-Käufer ...

- sind eher **jung, gebildet und sehr einkommensstark**.
- haben ein **überdurchschnittliches Produktinteresse** für Bücher, Wohnungseinrichtung, Fotografieren, Reisen, Mode, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik.
- zeichnen sich durch eine **offene, engagierte und selbstbestimmte Lebenseinstellung** aus.
- blicken optimistisch in die Zukunft und sind **kommunikationsstarke Meinungsführer**.
- schätzen F.A.Q. optisch und inhaltlich als **besonders hochwertig** und nehmen das Magazin immer wieder zur Hand.
- geben ihrem Premium-Magazin insgesamt die **Note 1,6**.



Jung, gebildet, einkommensstark

F.A.Q. erreicht am Kiosk die avisierte Leserschaft zielgenau

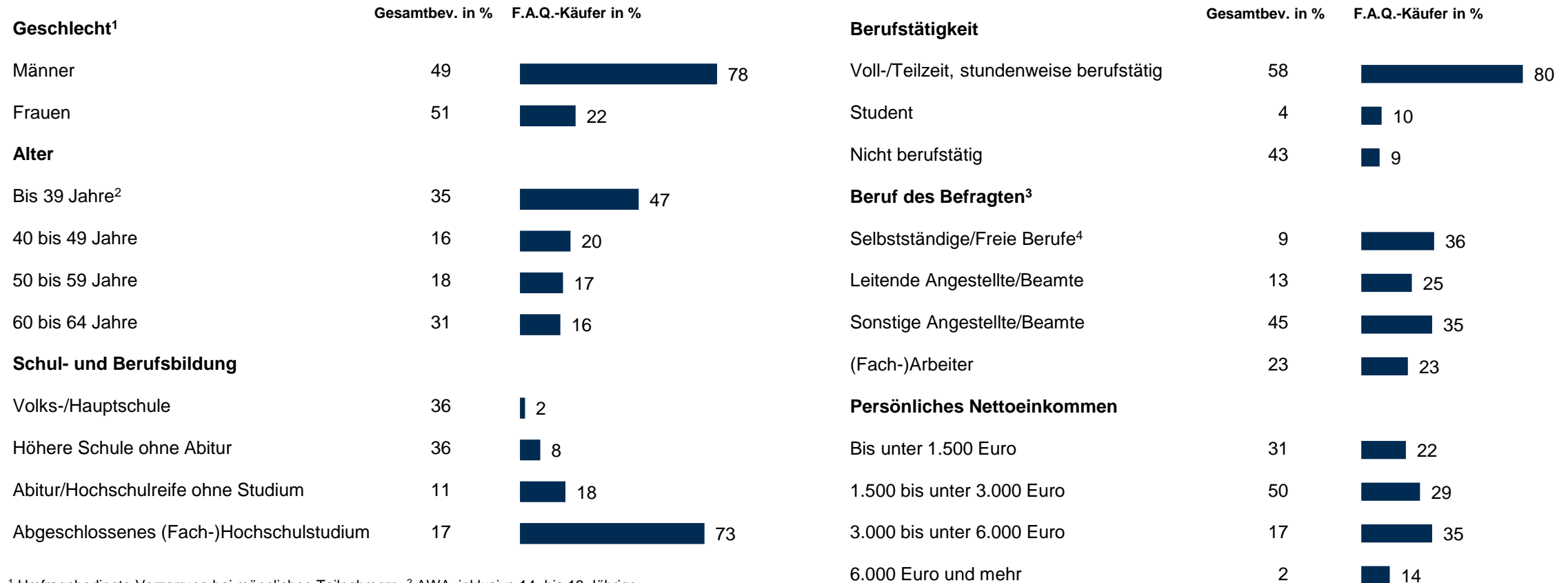
Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist die befragte Käuferschaft von F.A.Q. ...

- **überdurchschnittlich jung:** Zwei Drittel der Kiosk-Käufer sind unter 49 Jahre alt.
- **besteht zum größten Teil aus Akademikern:** 73 Prozent haben ein abgeschlossenes Studium. In der Gesamtbevölkerung laut AWA sind es lediglich 17 Prozent.
- **erfolgreich im Beruf:** 80 Prozent der Befragten sind berufstätig, 60 Prozent davon arbeiten in gehobenen Positionen oder als Selbstständige oder Freie. Auch der Anteil der Studierenden ist hoch.
- **besonders einkommensstark:** Fast jeder Zweite verdient alleine über 3.000 Euro pro Monat.



Jung, gebildet, einkommensstark

Soziodemographie im Überblick



¹ Umfragebedingte Verzerrung bei männlichen Teilnehmern; ² AWA: inklusive 14- bis 18-Jährige;
³ Basis: Berufstätige; ⁴ Selbstständige, Freie Berufe, Landwirte, Mithelfende Familienangehörige im eigenen Betrieb
 Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 86–107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

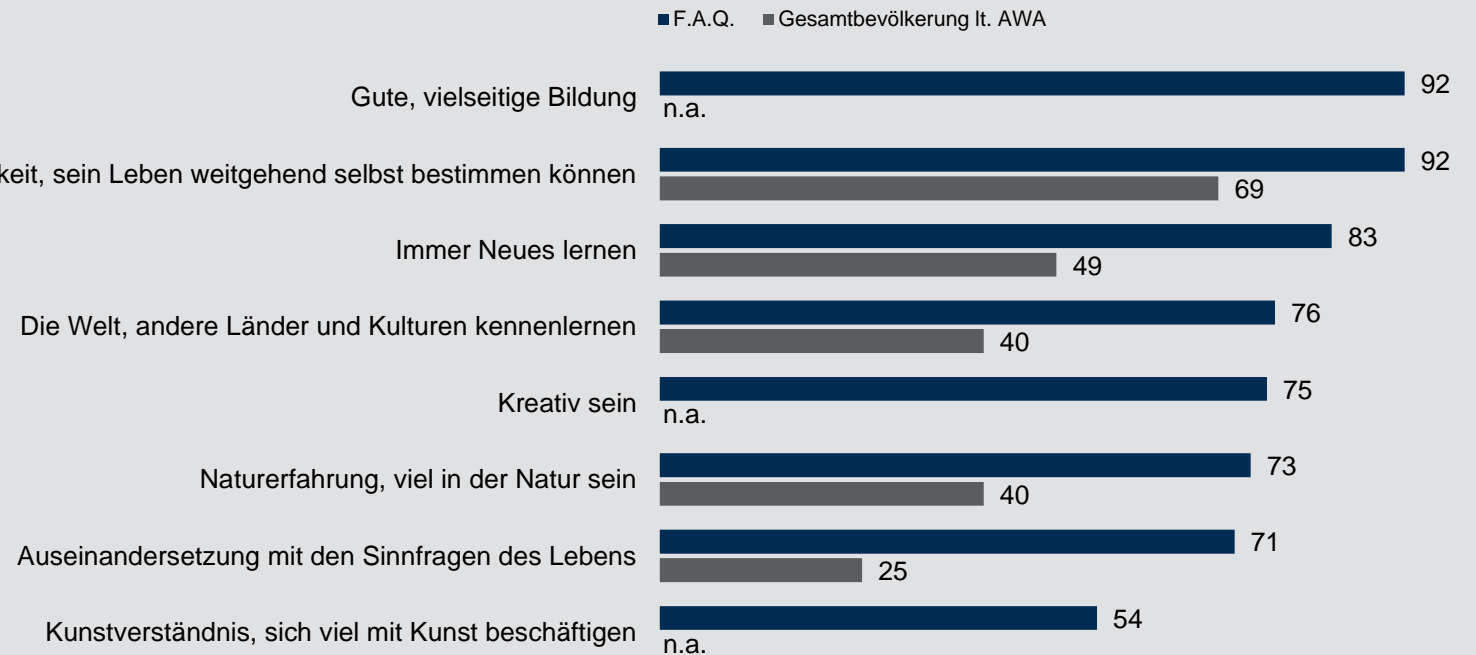
Kreativ und immer aufgeschlossen für Neues

Kreative Vordenker erweitern kontinuierlich ihren Horizont

Die Käufer von F.A.Q. sind unabhängig und blicken gerne über den Tellerrand hinaus: Neben ihrem beruflichen Engagement ist es ihnen wichtig, neue Impulse aufzunehmen – sei es bei Reisen in ferne Länder, bei kreativen Tätigkeiten, aus der Natur, Philosophie oder Kunst.

Das finde ich wichtig und erstrebenswert (Auswahl)

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



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 102 bis 107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

Optimistische Meinungsführer

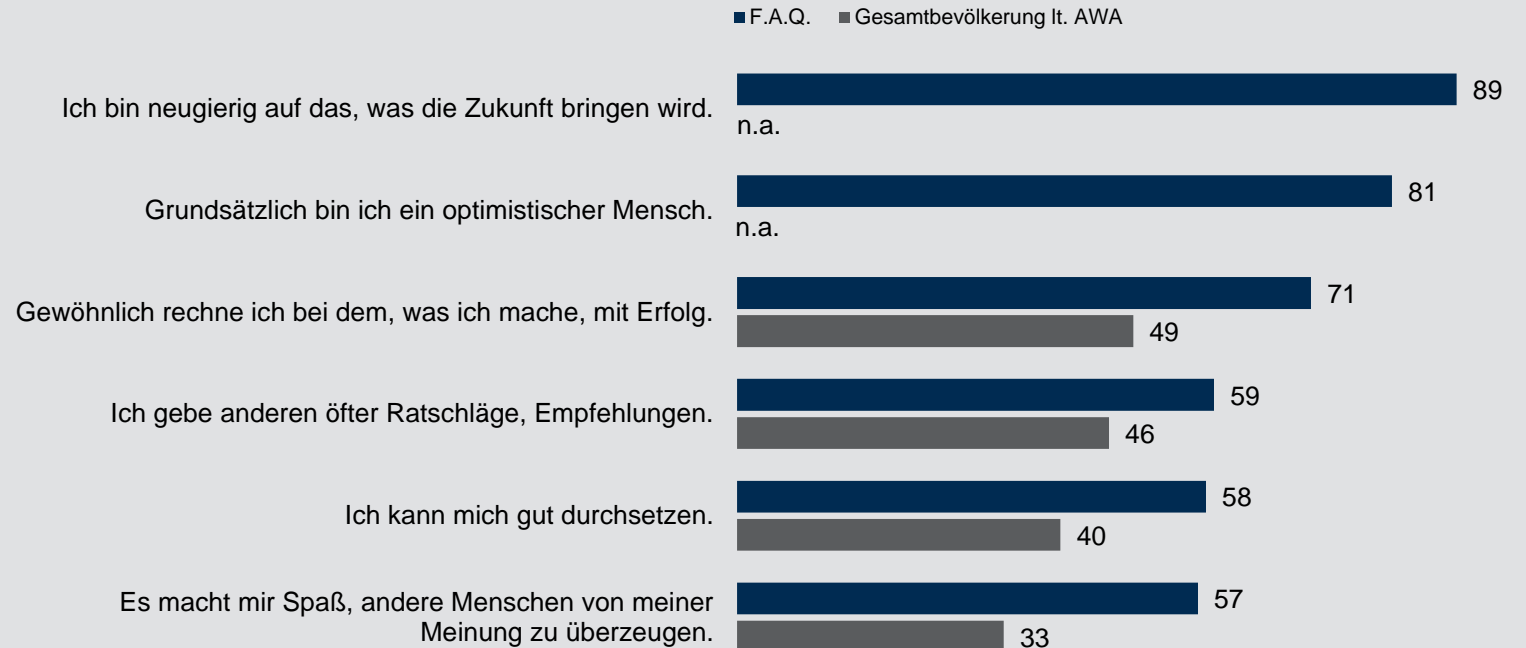
Die F.A.Q.-Käufer freuen sich auf die Zukunft – und ziehen andere mit ihrer Begeisterung mit

Ein positiver Blick auf die Welt von morgen und ein selbstbewusstes Auftreten im Leben von heute zeichnen die Käufer von F.A.Q. am Kiosk aus.

Sie sind damit in ihrem Umfeld oft Vorbilder und Meinungsführer, die andere motivieren und inspirieren.

Statements zu Meinungsführerschaft und Zukunftsorientierung

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



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 102 bis 107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

Breites Themenspektrum

F.A.Q.-Käufer wollen in allen Bereichen des Lebens auf dem Laufenden sein

Die Themen von F.A.Q. sind in jeder Ausgabe breit gefächert – die Interessen ihrer Käufer sind es ebenfalls:

Sich immer über Wissenschaft und Politik zu informieren, ist für sie selbstverständlich.

Ebenso wichtig sind ihnen aber die schönen Dinge des Lebens: Design, Kunst, Musik haben einen hohen Stellenwert.

Interesse an nichtkonsumptiven Themen

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



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 102 bis 107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

Liebhaber schöner Dinge – und digitaler Gadgets

F.A.Q.-Käufer schätzen moderne Technik – und ausgesuchtes Design

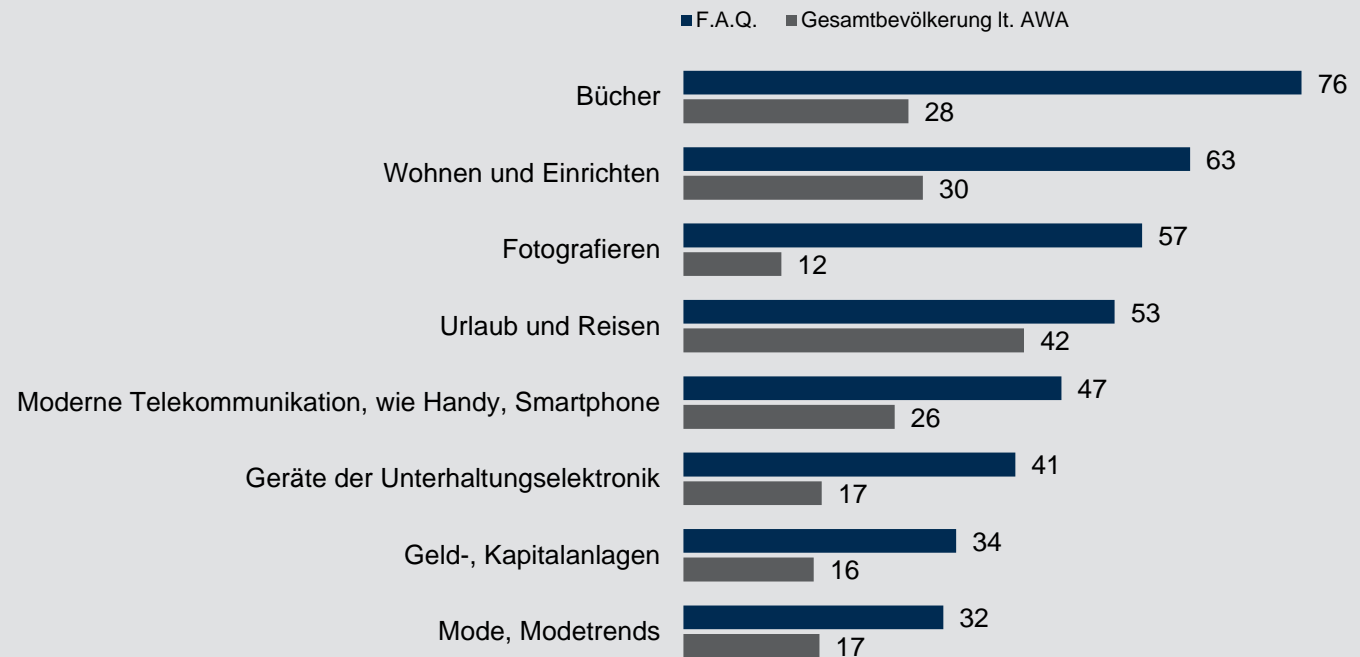
Das moderne Leben hat viele Facetten – und die F.A.Q.-Käufer erfreuen sich an allen:

Schöne Dinge wie Bücher, Einrichtung oder Mode interessieren sie ebenso wie digitale Produkte und herausragende Technik.

Darüber hinaus können sie sich für Premium-Pkw und hochwertige Uhren (jeweils 20 Prozent) sowie Luxusmarken (14 Prozent) begeistern.

Interesse an Konsumthemen

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



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 102 bis 107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

Aufgeschlossen für Werbung

In F.A.Q. erreichen Werbungtreibende eine markenaffine Zielgruppe

Werbung und Marken gehören für F.A.Q.-Leser einfach zur Konsumwelt dazu:

Fast 40 Prozent der F.A.Q.-Käufer informieren sich in Werbeanzeigen, jeder Fünfte empfindet sie manchmal als hilfreich.

Auch Marken sehen sie als praktische Orientierung – oder sogar faszinierende Sehnsuchtspunkte.

Werbe- und Markenaffinität

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



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 102 bis 107 Befragte / Gesamtbevölkerung laut AWA 2017

Intensiv und immer wieder gelesen

F.A.Q. hat einen festen Platz auf dem Coffee-Table der kreativen Vordenker

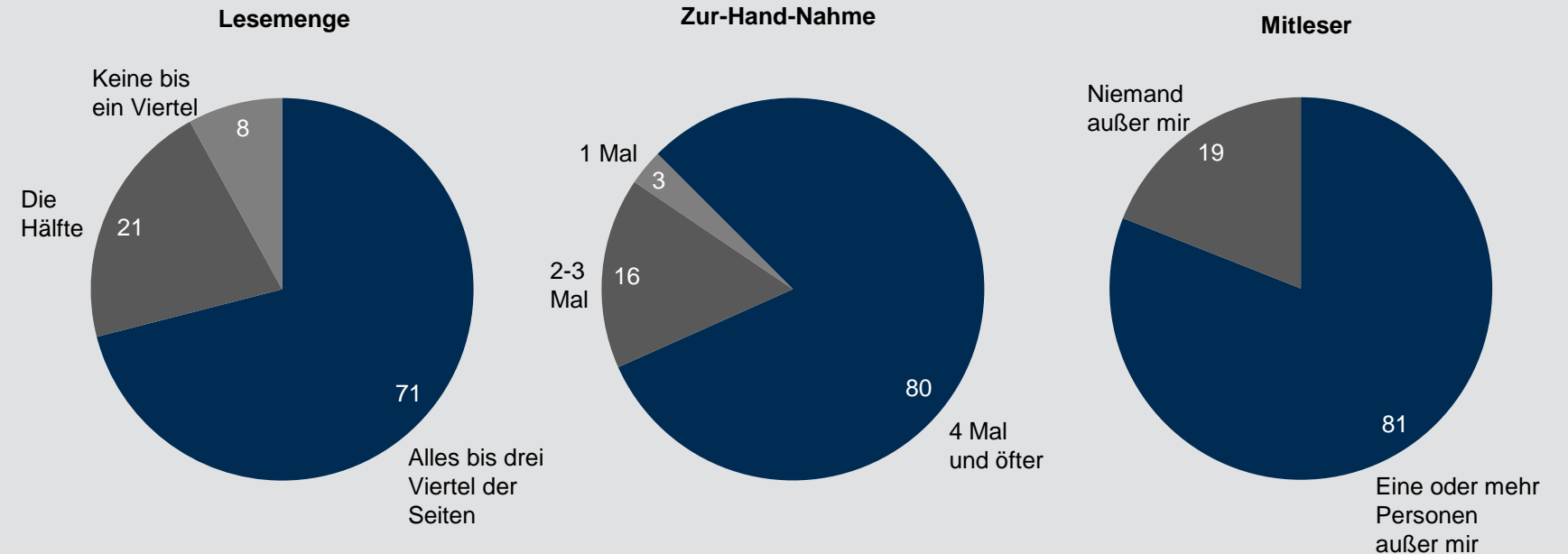
F.A.Q. ist für seine Käufer am Kiosk ein Medium, um tiefer einzusteigen – nicht für das unverbindliche Durchblättern:

71 Prozent von ihnen lesen mindestens drei Viertel der Ausgabe. Zudem nehmen sie es immer wieder zur Hand, um erneut einzutauchen, Neues zu entdecken oder Dinge später nachzuschlagen.

Wie sehr die Käufer ihr Magazin schätzen, zeigt auch der hohe Anteil der Befragten, die es an andere weitergeben.

Allgemeine Lesedaten

Anteil (in %)



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 107 Befragte

Einzigartiges Premium-Produkt

Inhaltlich und optisch sticht F.A.Q. am Kiosk deutlich hervor

Mit einer **Gesamtnote von 1,6** und Zustimmungswerten teilweise über 90 Prozent kommt das Konzept von F.A.Q. am Kiosk bestens an. Damit gewinnt das Premium-Magazin seine Käufer:

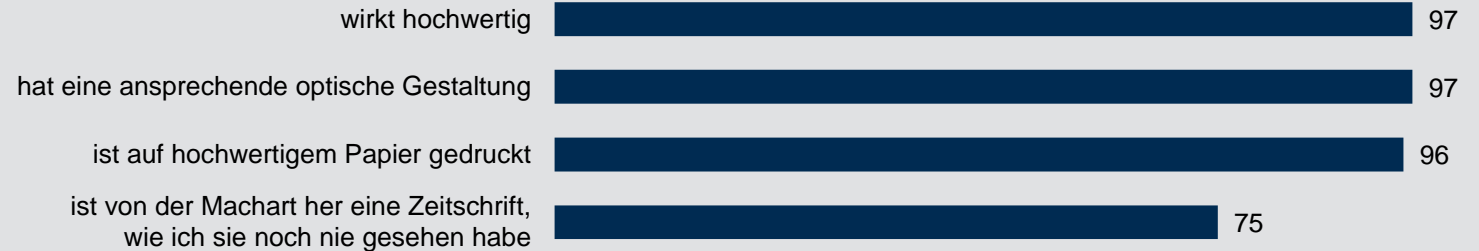
- **Gestaltung und Papier** überzeugen auf ganzer Linie – und erscheinen einzigartig in der Printlandschaft.
- Die **Inhalte** sind informativ, immer wieder interessant, seriös – und neu im Zeitschriftenmarkt.

Heftbewertung in der Kernzielgruppe

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

Gesamtnote: 1,6
93 Prozent bewerten F.A.Q. mit (sehr) gut

Aufmachung: Frankfurter Allgemeine Quarterly ...



Inhalte: Frankfurter Allgemeine Quarterly ...



Quelle: Frankfurter Allgemeine Quarterly Kioskumfrage 2017, 96–97 Befragte

Methodische Informationen

Studiensteckbrief

Grundgesamtheit: Kiosk-Käufer von Frankfurter Allgemeine Quarterly

Stichprobe: Nichtrepräsentative Leserstichprobe

Methode: Beigelegte Einladung zur Teilnahme an der Umfrage im Heft, der Fragebogen konnte per Landingpage im Internet angesteuert und ausgefüllt werden

Fallzahl: 107 vollständig ausgefüllte Fragebögen

Erhebungszeitraum: 14. September 2017 bis 1. November 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
Telefon: +49 30 20618-320
E-Mail: berlin-sales@faz.de

Büro Düsseldorf

Nordrhein-Westfalen
Telefon: +49 211 8622-6320
E-Mail: duesseldorf-sales@faz.de

Büro Frankfurt

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
Telefon: +49 69 7591-3220
E-Mail: frankfurt-sales@faz.de

Büro Hamburg

Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen
Telefon: +49 40 3095-6320
E-Mail: hamburg-sales@faz.de

Büro München

Bayern, Baden-Württemberg
Telefon: +49 89 2865-3820
E-Mail: muenchen-sales@faz.de

Team Mode und Lifestyle

Telefon: +49 69 7591-2523
E-Mail: lifestyle-sales@faz.de

Team Bücher, Kunst & Kultur

Telefon: +49 30 206 181 56
E-Mail: kultur-sales@faz.de

Team International Sales

Telefon: +49 69 7591-2523
E-Mail: international-sales@faz.de

Team Digital Sales

Telefon: +49 69 7591-1321
E-Mail: digital-sales@faz.de

Für Stellenangebote und Employer-Branding-Anzeigen:

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

Für Aus- und Weiterbildungsanzeigen:

Telefon: +49 40 533 272 50
E-Mail: bildungsmarkt@faz.de

Anschrift des Verlages:

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
Media Solutions
60267 Frankfurt am Main
E-Mail: media-solutions@faz.de

Das gesamte Team finden Sie auch unter: www.faz.media/team