



Frankfurter Allgemeine
MEDIA SOLUTIONS

Ergebnisse der LAE 2018

Stand Juli 2018



Medienmarke

Pflichtlektüre an der Spitze

Die Frankfurter Allgemeine erreicht crossmedial mehr Entscheider als je zuvor

Medienmarke der Entscheider

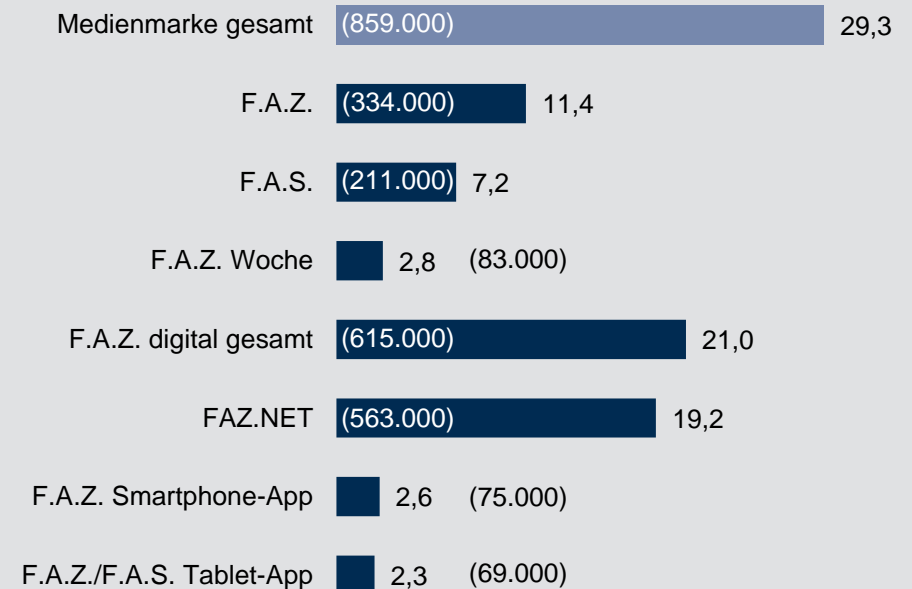
Für die Kommunikation mit Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Verwaltung ist die Frankfurter Allgemeine unverzichtbar – und sie **gewinnt weiter an Bedeutung**, wie die LAE 2018 eindrucksvoll belegt.

Seit dem letzten Jahr ist auch die F.A.Z. Woche in der LAE vertreten und konnte ihre Reichweite 2018 ausbauen: Das Nachrichtenmagazin verzeichnet bereits 83.000 Entscheider-Leser.

Übrigens: **An der Spitze ist die Frankfurter Allgemeine eine Klasse für sich.** Das zeigt alljährlich das [Capital-F.A.Z.-Spitzenkräfte-Panel](#), das die echten Top-Entscheider in Wirtschaft, Politik und Verwaltung befragt. Die F.A.Z. ist hier mit Abstand die meistgelesene Zeitung.

Reichweiten der Medien

(in %, absolute Zahlen in Klammern)



Basis: Print-Reichweiten LpA, Online-Reichweiten NpW, Quelle: LAE 2018

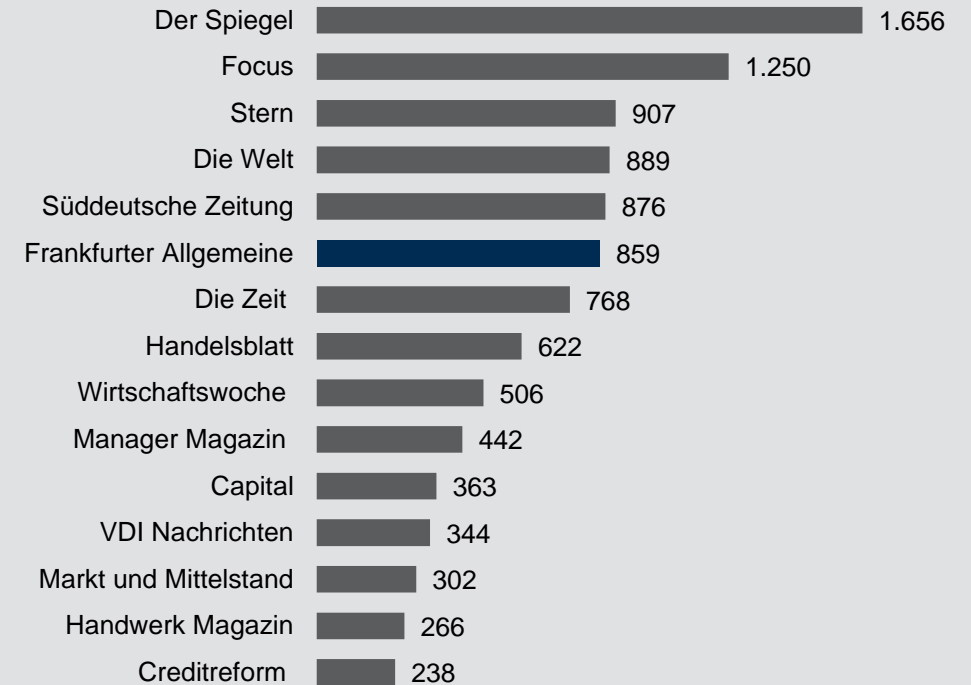
Neuer Rekord bei der Markenreichweite in Entscheiderzielgruppen

859.000 Entscheider nutzen die Frankfurter Allgemeine

Ob gedruckt oder digital – laut LAE 2018 gewinnen die Angebote der Frankfurter Allgemeinen insgesamt leicht an Reichweite:

859.000 Entscheidungsträger nutzen die unterschiedlichen Angebote. Damit erzielt die Medienmarke bei Entscheidern eine neue Rekordreichweite.

Top 15: Entscheider gesamt Reichweite (in Tsd.)



Basis: Print-Reichweiten LpA, Online-Reichweiten NpW, inkl. aller Apps; Quelle: LAE 2018



Frankfurter Allgemeine Zeitung

Die Tageszeitung für Entscheidungsträger

Die F.A.Z. ist Nummer 1 in Deutschland (außerhalb Bayerns)

Deutschlands überregionale Tageszeitung für Entscheider

Die F.A.Z. ist die wichtigste Tageszeitung für Entscheider in Deutschland – ohne Bayern. Im Freistaat hat die Süddeutsche Zeitung einen starken regionalen Schwerpunkt: Rund 50 Prozent ihrer Entscheider-Leser leben dort.

Die F.A.Z. bietet damit optimale Bedingungen, dieses entscheidende Potential in ganz Deutschland zu erreichen.

Entscheider gesamt – Deutschland (ohne Bayern)*

Reichweite



* Nielsen I, II, IIIa, IIIb, V, VI, VII

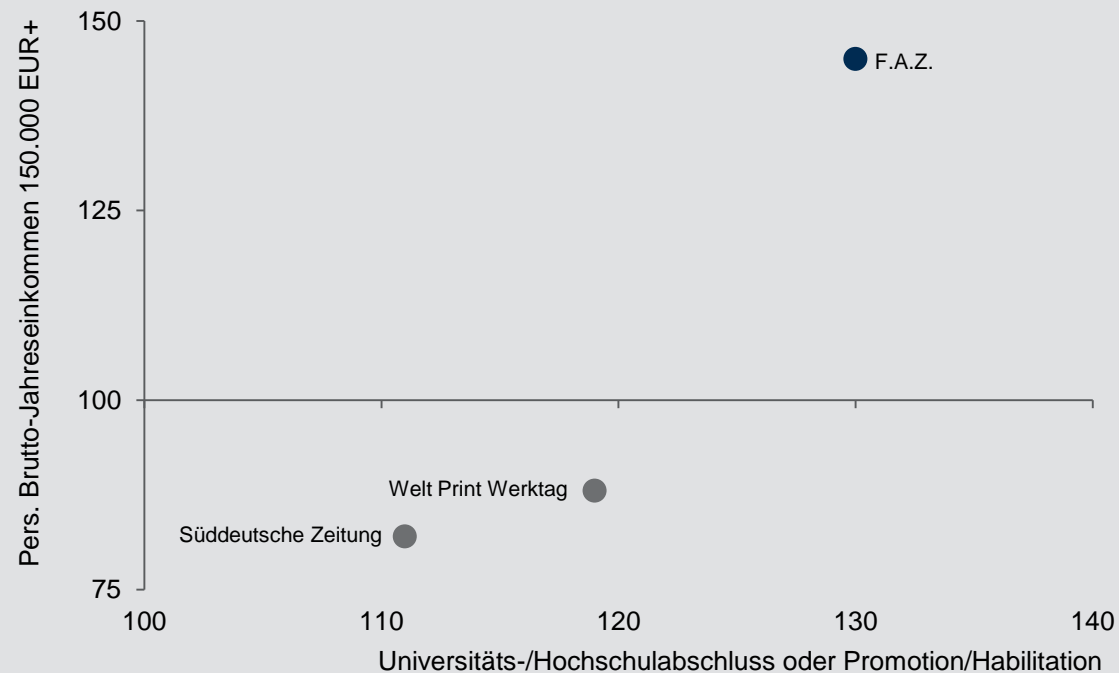
Basis: Tageszeitungen ohne Wirtschaftspresse (LpA); Quelle: LAE 2018

Die F.A.Z. überzeugt die Spitze der Entscheider

Einkommensstarke und gebildete Leser in Deutschlands Chefetagen

Positionierung nach Soziodemographie

Index



Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Tageszeitungen ohne Wirtschaftspresse (LpA); Quelle: LAE 2018

Die F.A.Z. positioniert sich vor allem bei den besonders **gut ausgebildeten und einkommensstarken Entscheidern**.

Das zeigt auch die demographische Leserstruktur:

- Der Anteil der Leser mit universitären Abschlüssen ist selbst im Vergleich zur Top-Zielgruppe der Entscheider hoch: 68 Prozent haben mindestens einen Universitätsabschluss.
- Über 40 Prozent der Entscheider, die F.A.Z. lesen, haben ein Brutto-Jahreseinkommen von über 100.000 Euro. Bei der Süddeutschen Zeitung oder der Welt sind es nur jeweils knapp über 30 Prozent.
- Freiberufler und leitende Angestellte sind unter den F.A.Z.-Lesern überdurchschnittlich vertreten.

Die F.A.Z.-Leser

Soziodemographie im Überblick

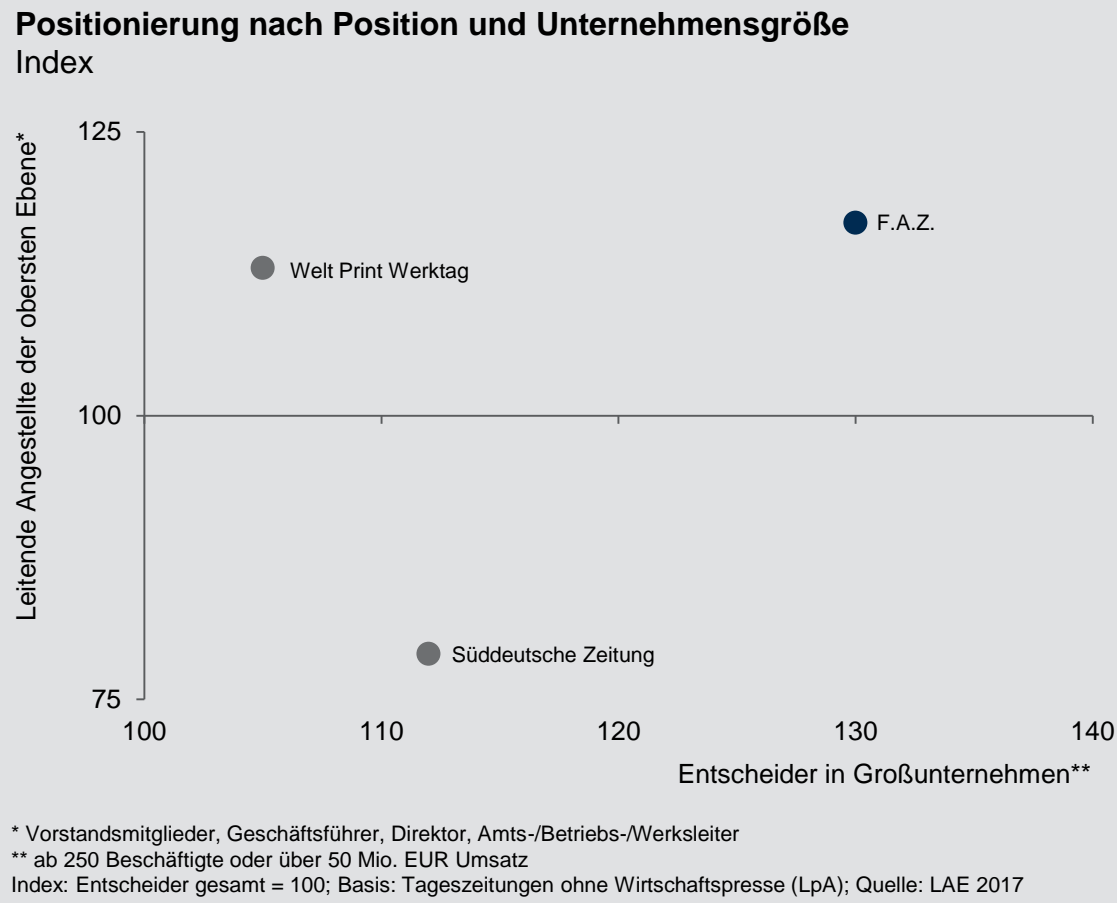
Geschlecht	RW in Tsd.	Index
Männer	278	105
Frauen	56	80
Alter (Ø 50,1)		
Bis 29 Jahre	2	25
30 bis 49 Jahre	154	96
50 Jahre und älter	178	108
Berufsbildung (Auswahl)		
Ingenieurschule oder Polytechnikum	13	87
Fachhochschulabschluss	63	98
Universitäts-/Hochschulabschluss	185	132
Promotion/Habilitation	42	136

Berufsgruppe	RW in Tsd.	Index
Selbstständige	39	61
Freie Berufe	63	112
Leitende Angestellte	206	110
Beamte	26	99
Pers. Brutto-Jahreseinkommen		
Bis unter 80.000 Euro	82	67
80.000 bis unter 100.000 Euro	112	109
100.000 bis unter 150.000 Euro	90	120
150.000 Euro und mehr	50	145

Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: LpA; Quelle: LAE 2018

Ganz oben liest man die F.A.Z.

Leitmedium in der obersten Führungsebene



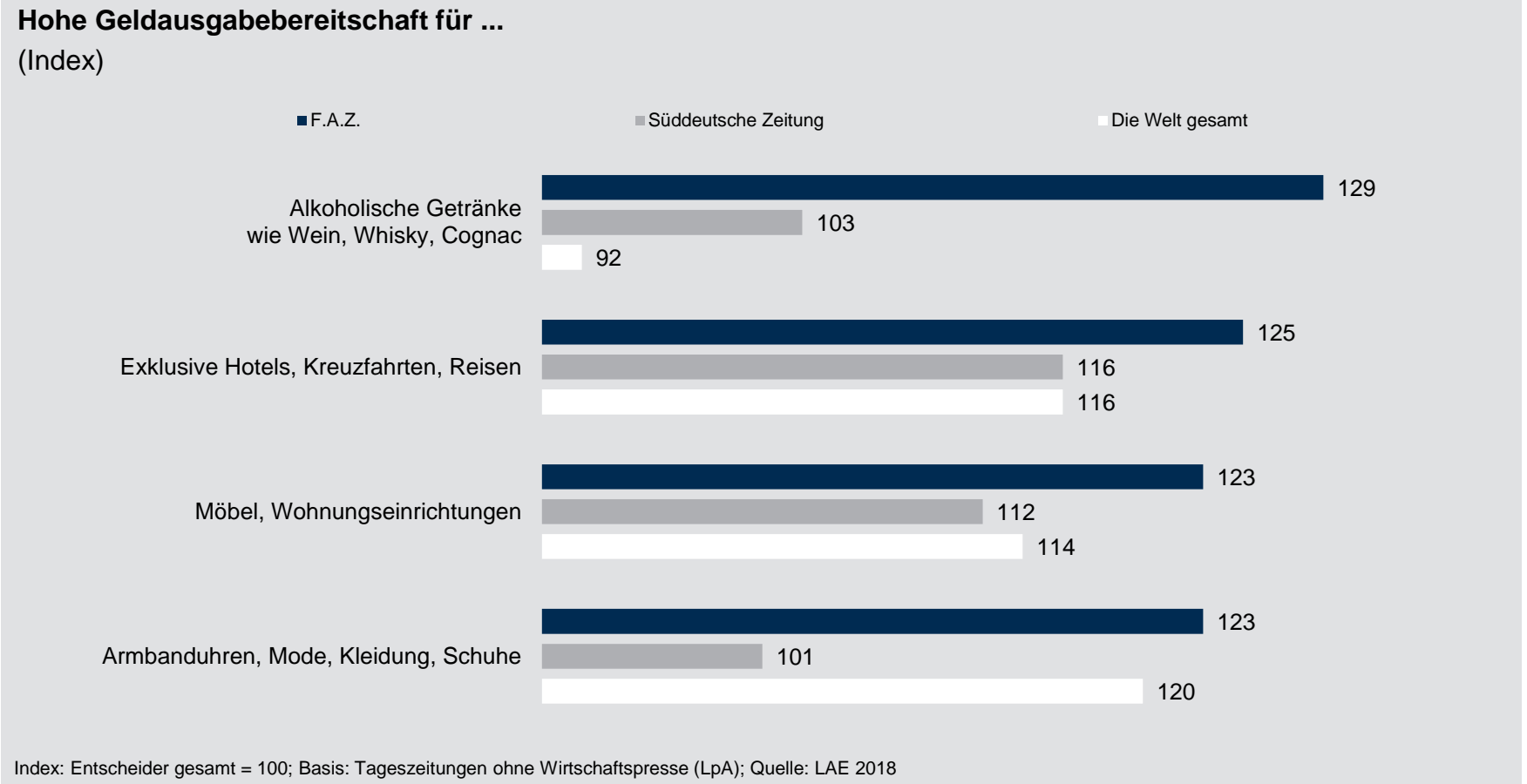
Je spitzer die Zielgruppe, desto höher ist die Relevanz der F.A.Z.:

- Bei Vorstandsmitgliedern, Geschäftsführern und Direktoren ist die Tageszeitung als Pflichtlektüre gesetzt.
- Die F.A.Z. überzeugt in den Top-Unternehmen: dort, wo viele Investitionsentscheidungen in letzter Instanz getroffen werden.

F.A.Z. überzeugt konsumstarke Entscheider

Attraktive Konsumzielgruppe

Die F.A.Z.-Leser haben **hohe Ansprüche** – sowohl bei der Arbeit als auch beim Konsum. Ob exklusive Reise, perfektes Outfit, edle Weine oder elegante Möbel: für exklusive Marken sind die F.A.Z.-Leser eine unverzichtbare Zielgruppe.





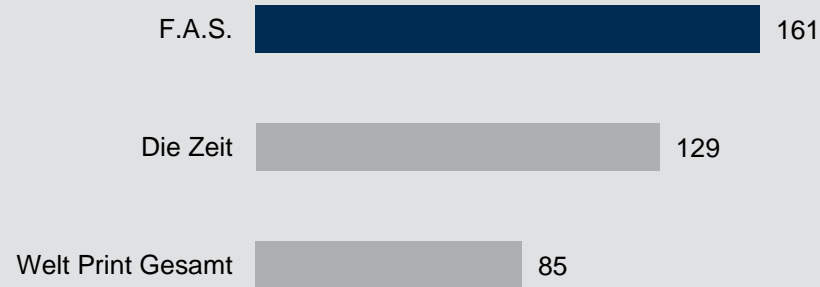
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

Konsumstarke Entscheider am Sonntag überzeugen

Die F.A.S. ist sonntags bei den Leistungsträgern zu Hause

F.A.S.-Leser verfügen über ein hohes Einkommen – und entsprechende Bildung und Positionen

Pers. Brutto-Jahreseinkommen 150.000 EUR+
Index



Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Wochenzeitungen (LpA); Quelle: LAE 2018

Die F.A.S. ist die **Wochenzeitung einer hochkarätigen Entscheider-Leserschaft**, wie die demographischen Daten zeigen:

- Sie zeichnet sich durch ein besonders hohes Einkommen aus: Rund 42 Prozent verdienen mehr als 100.000 Euro pro Jahr – der Anteil der Top-Verdiener an der Leserschaft ist höher als bei den anderen wöchentlichen Zeitungen (Die Zeit: 37 Prozent, Welt Print Gesamt: 33 Prozent).
- Über 60 Prozent verfügen über einen universitären Abschluss oder sind sogar promoviert oder habilitiert.
- Vor allem die kreativen und engagierten Freiberufler schätzen die Sonntagszeitung.

Die F.A.S.-Leser

Soziodemographie im Überblick

Geschlecht	RW in Tsd.	Index
Männer	170	102
Frauen	42	93
Alter (Ø 50,5)		
Bis 29 Jahre	1	16
30 bis 49 Jahre	93	91
50 Jahre und älter	118	114
Berufsbildung (Auswahl)		
Ingenieurschule oder Polytechnikum	5	54
Fachhochschulabschluss	33	80
Universitäts-/Hochschulabschluss	122	137
Promotion/Habilitation	35	181

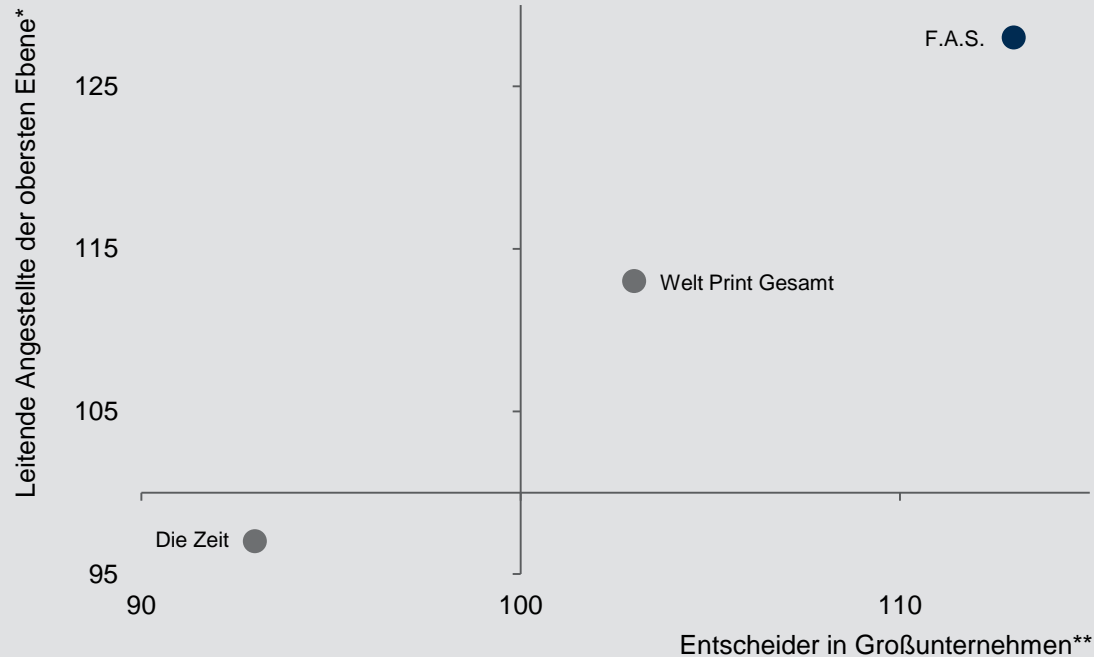
Berufsgruppe	RW in Tsd.	Index
Selbstständige	28	69
Freie Berufe	52	147
Leitende Angestellte	115	97
Beamte	16	96
Pers. Brutto-Jahreseinkommen		
Bis unter 80.000 Euro	57	73
80.000 bis unter 100.000 Euro	67	102
100.000 bis unter 150.000 Euro	53	112
150.000 Euro und mehr	35	161

Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: LpA; Quelle: LAE 2018

Der Zugang zum privaten Umfeld der Top-Entscheider

Information und Inspiration mit der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung

Positionierung nach Position und Unternehmensgröße
Index



* Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer, Direktor, Amts-/Betriebs-/Werksleiter

** ab 250 Beschäftigte oder über 50 Mio. EUR Umsatz

Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Wochenzeitungen (LpA); Quelle: LAE 2017

Wie die F.A.Z., so überzeugt auch die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung Leser in den Führungsetagen sowie in großen Unternehmen.

Sie erreicht die **Top-Entscheider am Wochenende zu Hause**, an einem Ort, an dem sonst nur Freunde und Familie Zutritt haben.

Von diesem **besonderen Vertrauensverhältnis** zur F.A.S. profitiert Werbung nachhaltig: Sie erhält die ungeteilte Aufmerksamkeit der Entscheider in einer besonders intensiven Nutzungssituation.

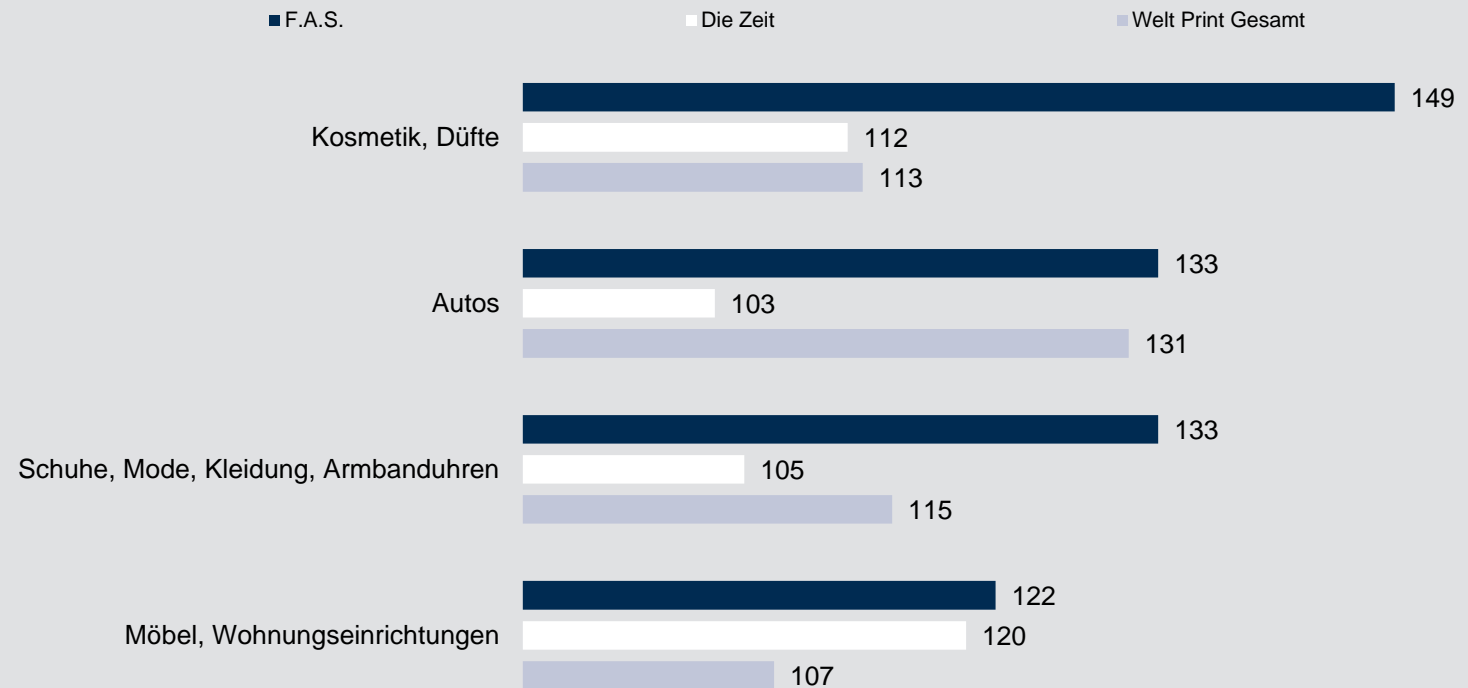
F.A.S.-Leser lieben den gehobenen Lifestyle

Von Interior Design über Fashion bis zu Pkw der Luxusklasse

Entscheider, die die F.A.S. lesen, wollen in ihrer freien Zeit **das Leben genießen** – das gilt für die Einrichtung und Ausstattung ihres Zuhauses ebenso wie für Genuss, Mode und Mobilität.

Inspirationen dazu finden sie jeden Sonntag in ihrer Wochenzeitung.

Hohe Geldausgabebereitschaft für ... (Index)



Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Wochenzeitungen (LpA); Quelle: LAE 2018



Frankfurter Allgemeine Woche

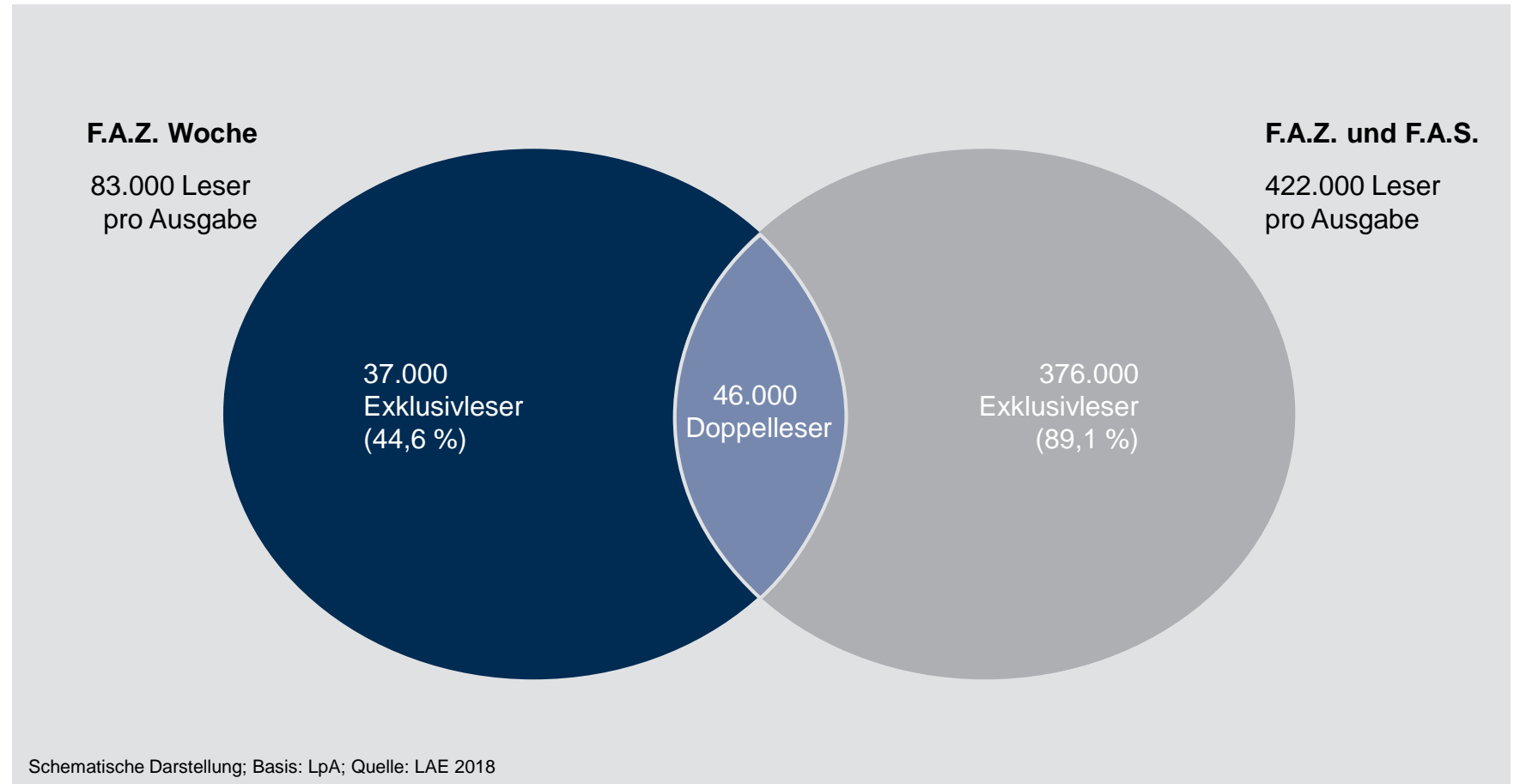
Im zweiten Jahr erfolgreich in der LAE

Die F.A.Z. Woche erschließt jüngere Entscheider-Potentiale

Premiere in der LAE

In ihrer zweiten LAE erreicht die Frankfurter Allgemeine Woche schon 83.000 Entscheider – bereits **rund 10.000 mehr als im letzten Jahr.**

Zudem konnte fast die Hälfte der Leser über die F.A.Z. und F.A.S. hinaus gewonnen werden: Mit kompaktem Wissen für kluge Köpfe kommt das neue Magazin vor allem bei **jüngeren Entscheidern und Freiberuflern** bestens an (siehe Demographie).



Die F.A.Z. Woche-Leser

Soziodemographie im Überblick

Geschlecht	RW in Tsd.	Index
Männer	65	100
Frauen	17	100
Alter (Ø 48,9)		
Bis 29 Jahre	2	113
30 bis 49 Jahre	40	99
50 Jahre und älter	41	100
Berufsbildung (Auswahl)		
Ingenieurschule oder Polytechnikum	3	74
Fachhochschulabschluss	16	101
Universitäts-/Hochschulabschluss	41	120
Promotion/Habilitation	10	137

Berufsgruppe	RW in Tsd.	Index
Selbstständige	11	71
Freie Berufe	22	155
Leitende Angestellte	47	100
Beamte	3	52
Pers. Brutto-Jahreseinkommen		
Bis unter 80.000 Euro	27	91
80.000 bis unter 100.000 Euro	26	101
100.000 bis unter 150.000 Euro	17	92
150.000 Euro und mehr	13	148

Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: LpA; Quelle: LAE 2018



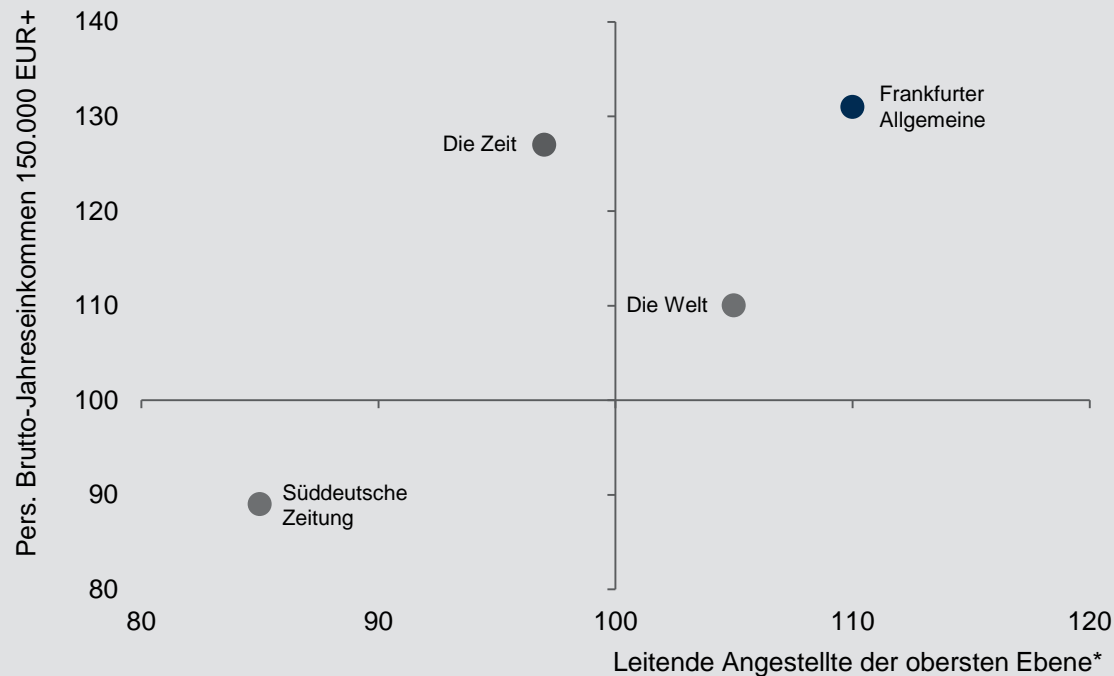
Die digitalen Angebote

FAZ.NET und die Apps erreichen jüngere Potentiale

Die Frankfurter Allgemeine informiert digitale Spitzenzielgruppen

FAZ.NET und die Apps sind vor allem bei jungen Entscheidern gefragt

Positionierung der digitalen Angebote nach Einkommen und Position Index



* Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer, Direktor, Amts-/Betriebs-/Werksleiter
Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Online-Reichweiten NpW (Online-Angebot + S-App + T-App)
Quelle: LAE 2018

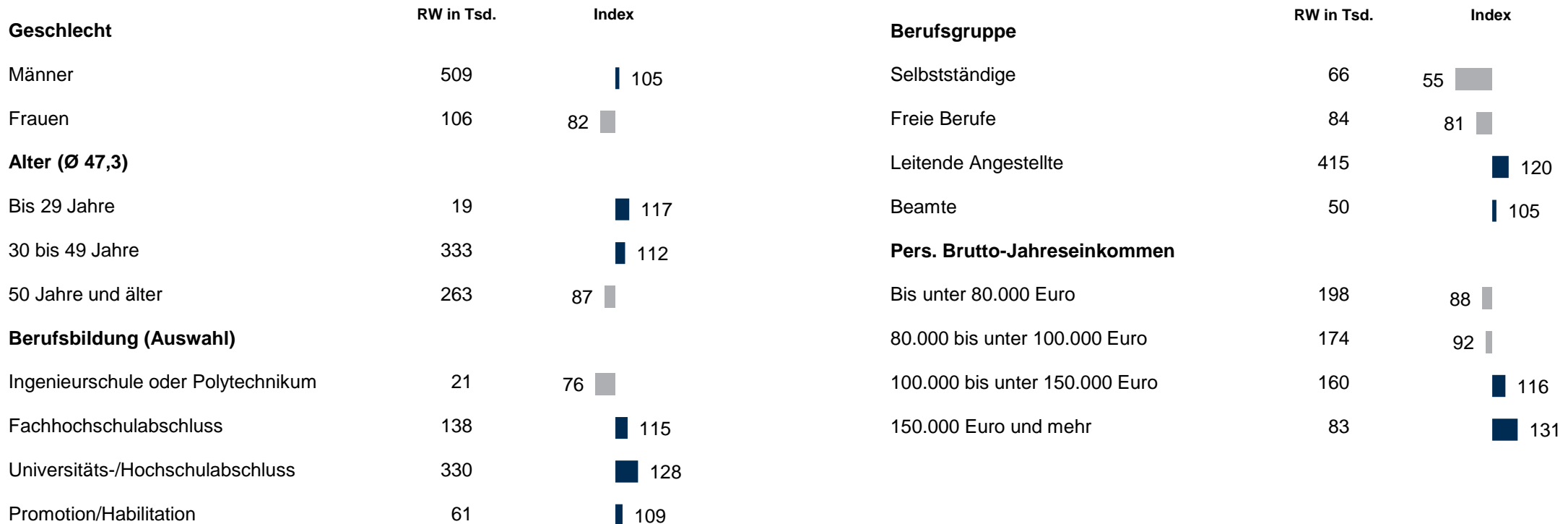
Mit FAZ.NET, einem der führenden deutschen Nachrichtenportale, sowie den Apps für Smartphone und Tablet überzeugt die Frankfurter Allgemeine vor allem jüngere Entscheider.

Wie bei den Zeitungen zeigt sich auch digital die **hohe Affinität der Medienmarke zu einkommensstarken Premium-Entscheidern** an der Unternehmensspitze – auch im Vergleich zu den Web- und App-Angeboten von Zeit, Welt und Süddeutscher Zeitung.

Mit innovativen digitalen Produkten und Funktionen eröffnet die Frankfurter Allgemeine Werbetreibenden den direkten Weg zu dieser hochkarätigen Zielgruppe.

Die digitalen Angebote der Frankfurter Allgemeinen

Soziodemographie im Überblick



Index: Entscheider gesamt = 100; Basis: Online-Reichweiten NpW (Online-Angebot + S-App + T-App); Quelle: LAE 2018

Immer auf dem Laufenden – mit unserem B2B-Newsletter.

Jetzt anmelden:
www.faz.media/newsletter



Wir beraten Sie gerne

Büro Hamburg (Nielsen I)

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

Büro Düsseldorf (Nielsen II)

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

Büro Frankfurt (Nielsen IIIa)

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

Büro München (Nielsen IIIb, IV)

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

Büro Berlin (Nielsen V, VI, VII)

Telefon: +49 30 20 618-320
E-Mail: berlin-sales@faz.de

Bücher, Kunst & Kultur

Telefon: +49 30 20 618-156
E-Mail: kultur-sales@faz.de

Immobilienwerbung

Telefon: +49 69 75 91-25 22
E-Mail: immobilien-sales@faz.de

Mode und Lifestyle

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

Digital Sales

Telefon: +49 69 75 91-13 21
E-Mail: digital-sales@faz.de

International Sales

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

Recruiting

Telefon: +49 69 75 91-34 52
E-Mail: n.horz@faz.de

Employer Branding

Region Nord
Telefon: +49 211 86 22-63 11
E-Mail: m.haass@faz.de

Region Ost

Telefon: +49 30 20 618-336
E-Mail: t.klatte@faz.de

Region Süd

Telefon: +49 69 75 91-31 17
E-Mail: s.lamparth@faz.de

Aus- und Weiterbildungsanzeigen

Telefon: +49 40 53 32-72 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

Internet: **www.faz.media**

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