

SeeWoche – Ihr zeitgemäßes Werbemedium.



# SEEWOCHEN

**Bestens bekannt und gern gelesen.**

Große Leserakzeptanz und starke Verbreitung sorgen für eine nachgewiesene **hohe Medialeistung**. Dies bescheinigt die aktuelle Leseranalyse „A’B’C-Südwest“, durchgeführt durch das renommierte, unabhängige Bremer Institut Czaia-Marktforschung.

In den Haushalten unserer Region ist die SeeWoche eine willkommene Lektüre. Informativ und unterhaltsam gibt sie Einblick in das aktuelle Geschehen vor Ort, weist auf interessante Veranstaltungstermine hin und liefert wertvolle Einkaufstipps – kostenlos, jede Woche.

## Ran an die intelligenten Konsumenten!

Die Verbraucher werden immer preissensibler. Acht von zehn Menschen in der Region (80%) achten beim Einkauf intensiv auf Sonderangebote<sup>1</sup>. Anzeigenblätter sind für viele daher eine wertvolle Informationsquelle, die ihnen zeigt, wie sie Geld sparen können.



# 93.000 Zielgruppen-Kontakte warten auf Sie

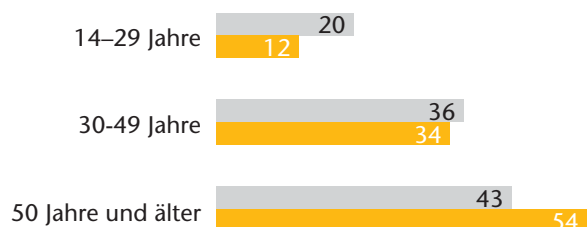
In der SeeWoche finden Sie das passende Umfeld für Ihre Werbung – und die richtige Zielgruppe gleich mit dazu! Aufschluss darüber gibt die aktuelle Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004:

**Insgesamt 93.000 Leser** pro Ausgabe im Alter über 14 Jahre erreicht die SeeWoche wöchentlich?

## Leserprofil

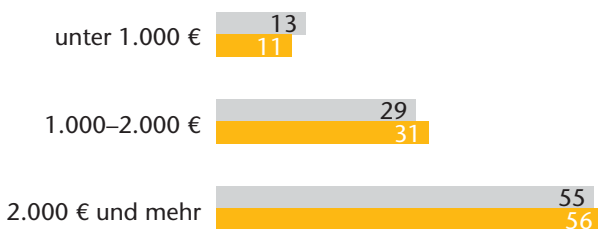
Gerundete Angaben in %

### Altersgruppen



### HH-Nettoeinkommen

(Differenz zu 100%: „keine Angabe“)



■ Bevölkerung im Verbreitungsgebiet (174.000 Personen)

■ Leser SeeWoche (93.000 Personen)

Quelle: Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004

## Leser mit Profil.

SeeWoche-Leser repräsentieren insbesondere im mittleren Alterssegment ein gutes Abbild der Strukturen im Verbreitungsgebiet.

**Lesebeispiel** (siehe Grafik): Im Verbreitungsgebiet der SeeWoche sind 36% der Menschen im Alter 30–49 Jahre. Der Anteil in der Leserschaft der SeeWoche in der gleichen Altersgruppe beträgt 34%.

Wichtig zu wissen: Über die Hälfte der SeeWoche-Leser sind **besonders kaufkraftstark**. 56% haben ein monatliches Haushalts-Nettoeinkommen von 2.000 € und mehr verfügbar.

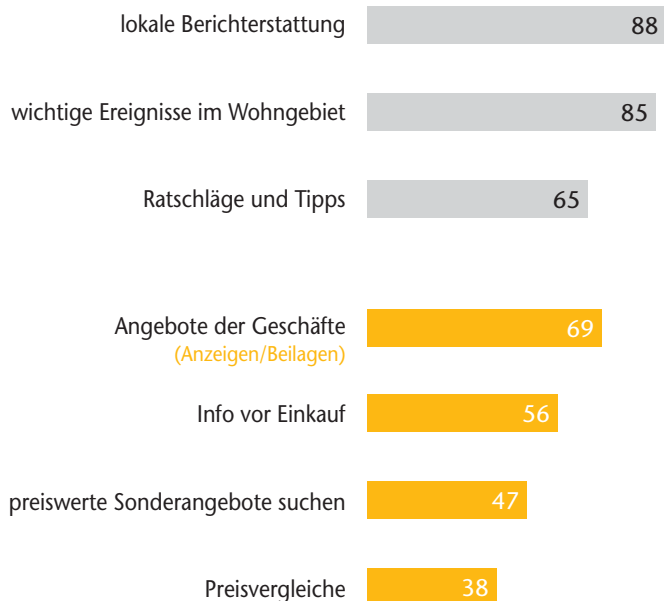


# Das Werbeumfeld stimmt...

...denn vielfältige redaktionelle Angebote in der SeeWoche sorgen für hohe Akzeptanz und Nachfrage beim Leser.

## Lesegründe

Gerundete Angaben in %  
(Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004

## Viele gute Gründe.

Verbundenheit zum Ort und Konsuminteresse sorgen für ein Informationsbedürfnis, dem die SeeWoche bestens gerecht wird.

Sieben von zehn Lesern (69%) wollen vor allem über die **Angebote der Geschäfte** in der näheren Umgebung informiert sein.

Die **Einkaufsvorbereitung**, verbunden mit starkem Interesse am günstigen Einkauf, zählt ebenso zu den wichtigsten Lesegründen.

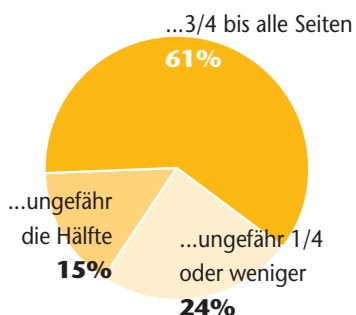


## Viel gefragt:

**Sonderangebote des Einzelhandels** in der SeeWoche nutzen bei Bedarf 73% der Leser.<sup>2</sup>

## Lesemenge

Leser mindestens...



Quelle: Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004

## Jede Menge Kontakt-Chancen.

Der überwiegende Anteil der SeeWoche-Leser nutzt mindestens  $\frac{3}{4}$  bis alle Seiten.

Die durchschnittliche **Lesedauer** beträgt über 21 Minuten.<sup>2</sup>

# Voll im Kasten



Dafür sorgt die **hohe Zustellqualität**. Neun von zehn Lesern (knapp 92%) erhalten „regelmäßig oder fast immer jede Ausgabe“ der SeeWoche.<sup>2</sup>

Die im Tarif ausgewiesene Auflage kommt dabei natürlich immer vollständig zur Verteilung. Das garantiert das **ADA-Prüfsiegel**. ADA steht für eine gesicherte Auflagenverteilung; es ist die „offizielle“ Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter. Selbstverständlich tragen alle Titel des ANZEIGER- oder A'B'C-Verbundes dieses wichtige Qualitätsprüfsiegel.

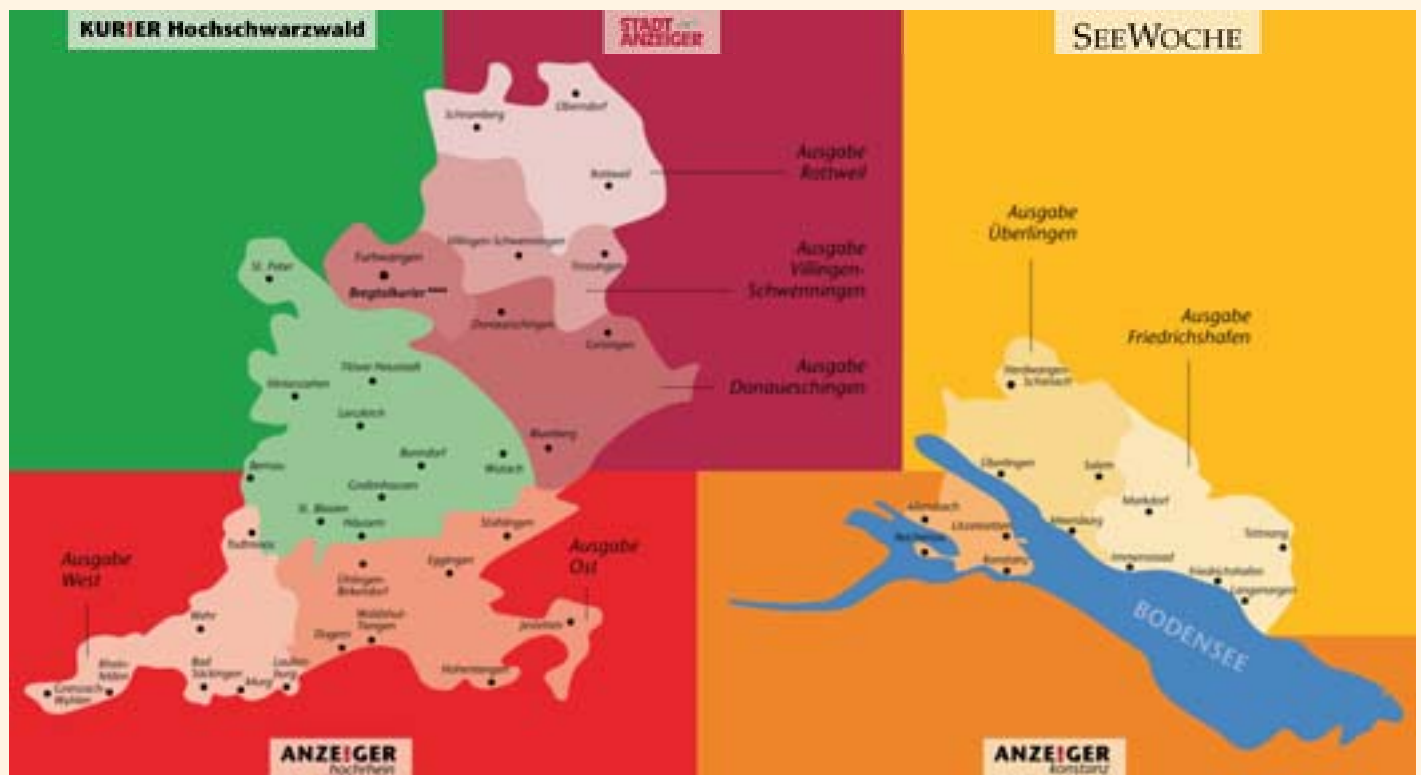
Bei dem deutlich größten Anteil aller Leser liegt die SeeWoche übrigens direkt im Briefkasten. Wer also glaubt, Anzeigenblätter bleiben im Hausflur liegen, irrt gewaltig!

## Jederzeit für Sie da.

Ist Ihr Einzugsgebiet größer? Wünschen Sie einen anderen Gebietszuschchnitt?

Bei unserer großen Auswahl von Titel- und Ausgabenkombinationen innerhalb des ANZEIGER-Verbundes ist bestimmt das Passende dabei. Das Schöne daran:

**Bis zu 376.000** Leser können Sie insgesamt bei Belegung aller ANZEIGER-Titel (Gesamtauflage 366.263 Exemplare) Woche für Woche erreichen.<sup>3</sup> Und das bei „satten“ **Kombirabatten von bis zu 38%**!



**A'B'C**  
SÜDWEST

### Immer noch nicht genug?

Zusammen mit unseren Partnerverlagen im A'B'C-Südwest-Verbund können wir Ihnen Anzeigen- und Prospektbeilagenwerbung in einer **Gesamtauflage von bis zu 1 Million** verteilten Exemplaren anbieten – eine starke Sache! (Mehr Infos dazu finden Sie unter [www.abc-suedwest.de](http://www.abc-suedwest.de))

# Qualität kommt an

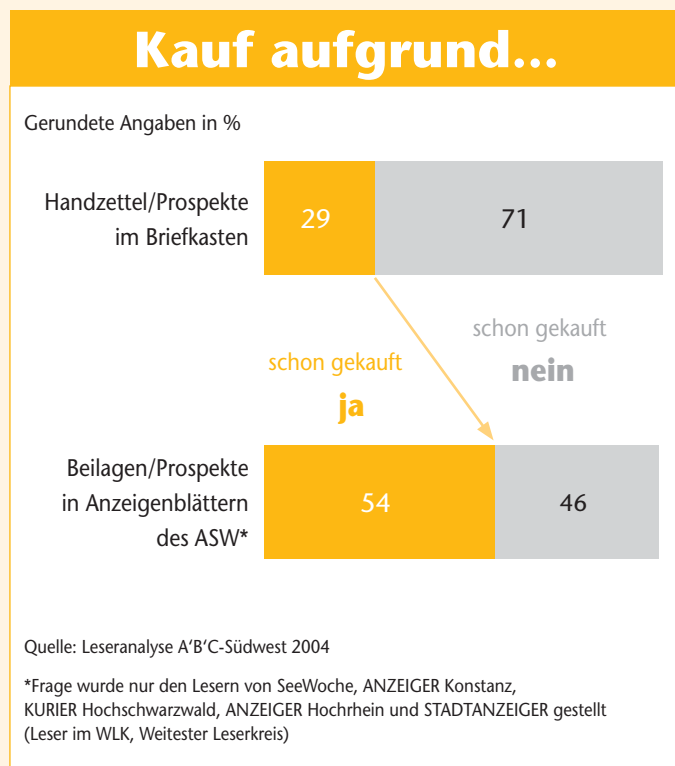
Deutschlands viertgrößte Media-Agentur (Mediaedge:cia aus Düsseldorf) deckte 2004 in einer repräsentativen Untersuchung<sup>4</sup> ebenfalls die Qualität der Gattung „Anzeigenblätter“ auf:

86% der Leser halten Anzeigenblätter für informativ, jeweils gut drei Viertel finden sie seriös, vielfältig, übersichtlich und sympathisch. Knapp zwei Drittel der Leser werden durch Anzeigenblätter auf gute Angebote aufmerksam.

Wussten Sie schon, dass für 67% der Anzeigenblattleser in Deutschland **Beilagen/Prospekte der wichtigste Lesestoff** sind? Es folgen Kleinanzeigen und kulturelle Veranstaltungen. Auch das zeigt die aufschlussreiche Studie von Mediaedge:cia.

## Prospektbeilagen – hier liegen Sie richtig!

Hohe Zustellqualität und starke Leserakzeptanz machen aus den Anzeigenblättern der ANZEIGER Südwest GmbH die idealen, kostengünstigen Transportmittel für Ihre Prospektbeilagen.



Die Leseranlyse A'B'C-Südwest 2004 zeigt deutlich:

**Im Vergleich zu direktverteilten Handzetteln/Prospekten im Briefkasten sind Prospekte/Beilagen in den abgefragten Anzeigenblättern des ANZEIGER Südwest-Verbundes eindeutig wirkungsvoller.**

Nur 29% der Befragten haben schon aufgrund von Handzetteln/Prospekten im Briefkasten etwas gekauft. 54% der Leser dagegen haben schon aufgrund von Beilagen/Prospekten in ihrem jeweiligen Anzeigenblatt einen Kauf getätigt!

Sie profitieren von einem weiteren Vorteil: **Prospektbeilagen in der SeeWoche kommen auch in Haushalte mit Werbestopper am Briefkasten!** Direktverteilte Handzettel/Prospekten dagegen nicht; ihnen ist dies gesetzlich untersagt.

Nutzen Sie daher die Stärken einer Prospektbeilagenstreuung über die SeeWoche.

**Ob Prospektbeilagen oder Anzeigenwerbung: Die SeeWoche hilft Ihnen dabei, Ihre Kunden von heute und morgen werbewirksam anzusprechen.**

# SeeWoche – auf einen Blick

Auflage:	Ausgabe Überlingen	28.010 Exemplare
	Ausgabe Friedrichshafen	52.190 Exemplare
	ADA-geprüfte Gesamtauflage	80.200 Exemplare <sup>5</sup>



Leser gesamt (Leser pro Ausgabe): 93.000 Leser über 14 Jahre

Kaufkraftstarke Leserhaushalte: 56% der SeeWoche-Leser leben in Haushalten mit einem HH-Nettoeinkommen von 2.000 € und mehr.

## 6 gute Gründe für Ihre Werbung in der SeeWoche!

- ▶ Hohe Verteilqualität mit ADA-geprüfter Auflage
- ▶ Vorteilhaft gute Haushaltsabdeckung, sogar in „Werbestopper“-Haushalte
- ▶ Ansprechende Aufmachung
- ▶ Zielgruppengerechte redaktionelle Inhalte
- ▶ Günstige Preise mit zusätzlich attraktiven Kombi-Rabatten
- ▶ Regelmäßige, neutral erhobene Leserdaten

## Jede Woche Ihr starker Draht zum Kunden!

Wir sind für Sie da:

**ANZE!GER**  
*südwest*

ANZEIGER Südwest GmbH  
Max-Stromeyer-Straße 178  
78467 Konstanz  
Telefon (075 31) 999-1360  
Fax (075 31) 999-1369  
info@anzeiger-suedwest.de

Alle Angaben Stand 1. April 2005. Druckfehler und Änderungen vorbehalten.

### Quellenverzeichnis

Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004, durchgeführt von Czaia-Marktforschung Bremen im Auftrag des A'B'C-Südwest-Verbund.  
Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre im Verbreitungsgebiet der A'B'C-Südwest-Titel (806 Befragte insgesamt).

<sup>1</sup> Regionalstudie 2004, durchgeführt von BIK Aschpurwis+Behrens Hamburg im Auftrag des SÜDKURIER Medienhaus; 2.123 Befragte aus den Regionen Schwarzwald und Hochrhein im Alter über 14 Jahre.

<sup>2</sup> Leser pro Ausgabe für SeeWoche; Quelle: Leseranalyse A'B'C-Südwest 2004

<sup>3</sup> Leser pro Ausgabe (Brutto) bei Belegung von SeeWoche, KURIER Hochschwarzwald, ANZEIGER Hochrhein, SeeWoche, ANZEIGER Konstanz

<sup>4</sup> TNS EMNID „Sensor“ April 2004, im Auftrag von Mediaedge:cia; Quelle: BVDA/mediaedge:cia.

<sup>5</sup> Stand gemäß Mediadaten 2004/2005, gültig ab 1. Oktober 2004