

---

# **kicker-sportmagazin in der ma 2010 I**

Demographie • Freizeitverhalten • Besitz



# Inhalt

---

<b>Demographie.....</b>	<b>4-5</b>
<b>Freizeit- und Reiseverhalten.....</b>	<b>6</b>
<b>PKW und Sportartikel.....</b>	<b>7</b>
<b>Technikbesitz und Multimedianeutzung.....</b>	<b>8</b>
<b>Kernleser und Objektdaten.....</b>	<b>9</b>
<b>Untersuchungssteckbrief.....</b>	<b>10</b>
<b>Ansprechpartner.....</b>	<b>11</b>

# Demographie

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
<b>Gesamt</b>	64,82	100,0	2,95	100,0	100
<b>Geschlecht</b>					
männlich	31,47	48,6	2,73	92,5	191
weiblich	33,35	51,4	0,22	7,5	14
<b>Alter des Befragten</b>					
14-19 Jahre	4,98	7,7	0,33	11,3	148
20-29 Jahre	8,56	13,2	0,59	20,2	153
30-39 Jahre	9,21	14,2	0,54	18,3	129
40-49 Jahre	12,46	19,2	0,64	21,9	114
50-59 Jahre	10,11	15,6	0,41	13,9	89
60 Jahre und älter	19,51	30,1	0,42	14,3	48
<b>Ausbildung des Befragten</b>					
Schüler in allgemeinb. Schule	3,60	5,6	0,23	7,7	138
Hauptschulabschluss ohne Lehre	6,01	9,3	0,16	5,3	57
Hauptschulabschluss mit Lehre	20,27	31,3	0,87	29,4	94
weiterf. Schule o. Abitur, Mittl. Reife	22,18	34,2	1,05	35,8	105
Fach-/Hochschulreife ohne Studium	5,63	8,7	0,29	10,0	115
Fach-/Hochschulreife mit Studium	7,14	11,0	0,35	11,8	107
<b>Berufstätigkeit des Befragten</b>					
in Ausb.: Lehrling/ Schüler, Student	7,22	11,1	0,46	15,6	140
berufstätig	34,32	52,9	2,03	68,9	130
Rentner, Pensionär	18,35	28,3	0,41	13,9	49
nicht berufstätig, keine Angabe	4,94	7,6	0,05	1,6	22
<b>jetziger Beruf des Befragten</b>					
Selbständige/Freie Berufe	3,31	5,1	0,20	6,7	130
leitende Angestellte/Beamte	1,84	2,8	0,13	4,3	151
qualifizierte Angestellte/Beamte	7,54	11,6	0,47	16,0	137
sonstige Angestellte/Beamte	11,54	17,8	0,39	13,3	75
Fach- /Vorarbeiter, Polier, Geselle	6,07	9,4	0,56	19,2	205
sonstige Arbeiter	3,85	5,9	0,28	9,4	158
selbst. Landwirte (Vollerwerb)	0,16	0,2	0,00	0,2	68
Lehrling, Schüler, Student	8,36	12,9	0,48	16,4	127
<b>Nettoeinkommen des Befragten</b>					
bis unter 750 Euro	13,54	20,9	0,33	11,2	53
750 Euro bis unter 1.000 Euro	8,14	12,6	0,20	6,9	55
1.000 Euro bis unter 1.250 Euro	8,24	12,7	0,30	10,1	80
1.250 Euro bis unter 1.500 Euro	8,53	13,2	0,46	15,7	119
1.500 Euro bis unter 2.000 Euro	10,05	15,5	0,73	24,8	160
2.000 Euro und mehr	8,79	13,6	0,65	21,9	162
kein eigenes Einkommen	7,53	11,6	0,28	9,4	81

## männlich stark

sehr hoher Männeranteil.

## jung

die Hälfte der Leser ist unter 40

## beruflich erfolgreich

in qualifizierten und leitenden Positionen

## einkommensstark

hohes - in den Klassen über 1.500 Euro überdurchschnittliches - persönliches Einkommen

# Demographie

## starke Gemeinschaft

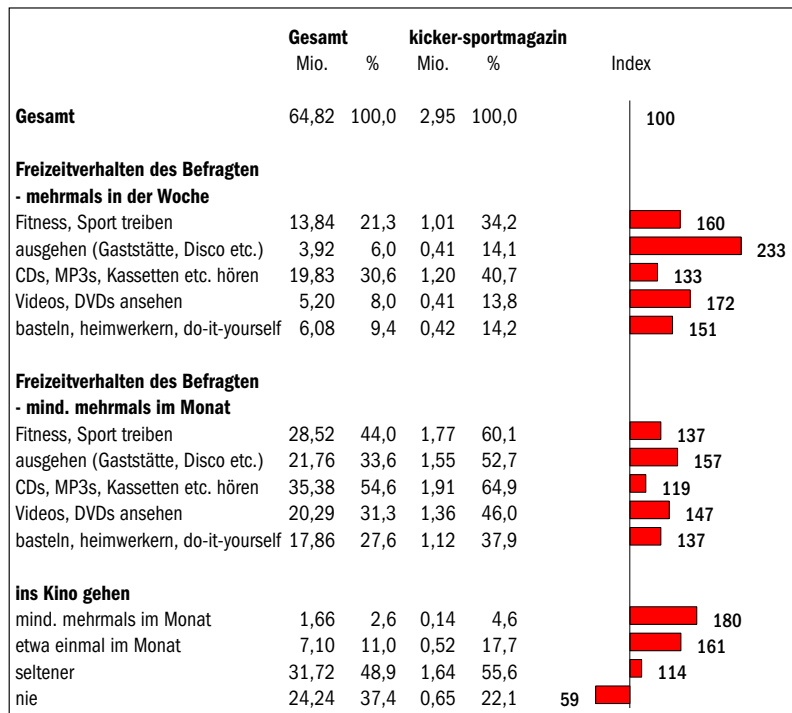
mehrere Personen im Haushalt -  
hohes Konsumpotenzial

## kaufkräftig

Haushalte mit hohem Einkommen -  
hoher Kaufkraft - hohem Konsum-  
potenzial

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
<b>Gesamt</b>	64,82	100,0	2,95	100,0	100
<b>Familienstand des Befragten</b>					
ledig - mit Partner im Haushalt	3,44	5,3	0,21	7,2	136
ledig - ohne Partner im Haushalt	13,87	21,4	1,01	34,2	160
verheiratet	35,98	55,5	1,41	48,0	86
geschieden oder verwitwet	11,53	17,8	0,31	10,6	60
<b>Personen im Haushalt insgesamt</b>					
1 Person	13,87	21,4	0,52	17,6	82
2 Personen	24,43	37,7	0,91	30,9	82
3 Personen	12,01	18,5	0,67	22,8	123
4 und mehr Personen	14,52	22,4	0,84	28,7	128
<b>Kinder im Haushalt</b>					
Kinder bis unter 2 Jahren	1,63	2,5	0,05	1,7	66
2 bis unter 4 Jahren	2,41	3,7	0,12	4,1	110
4 bis unter 6 Jahren	2,32	3,6	0,08	2,6	72
6 bis unter 10 Jahren	4,37	6,7	0,24	8,2	121
10 bis unter 14 Jahren	6,02	9,3	0,31	10,6	114
<b>Haushaltsnettoeinkommen</b>					
bis unter 1.000 Euro	5,34	8,2	0,15	5,1	62
1.000 Euro bis unter 1.500 Euro	9,94	15,3	0,30	10,2	66
1.500 Euro bis unter 2.000 Euro	12,13	18,7	0,45	15,2	81
2.000 Euro bis unter 2.500 Euro	12,30	19,0	0,59	20,2	106
2.500 Euro und mehr	25,11	38,7	1,45	49,3	127
<b>Personen mit eigenem Einkommen</b>					
1 Person	21,21	32,7	0,81	27,5	84
2 Personen	35,92	55,4	1,56	52,9	95
3 Personen und mehr	7,70	11,9	0,58	19,6	165

# Freizeit- und Reiseverhalten



## sportlich aktiv

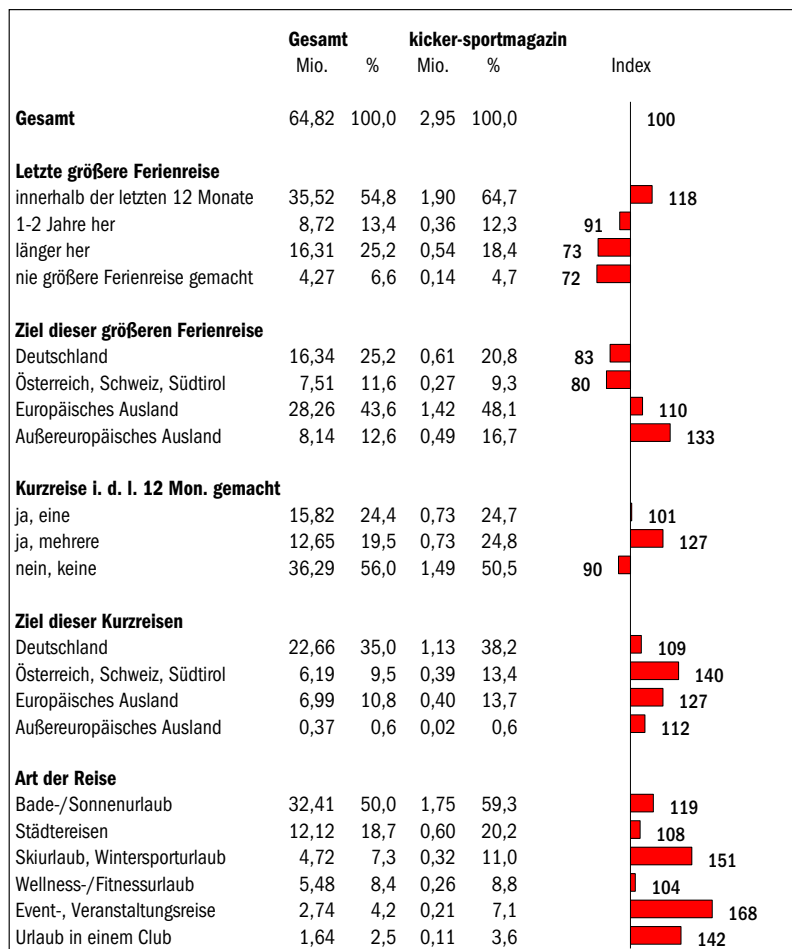
nicht nur passiv, auch aktiv am Sportgeschehen beteiligt

## Heim-Werker

zu Hause wird gerne mal umgebaut und umgestaltet

## Event-hungrig

Unterhaltung und Freizeitgestaltung in geselligem Umfeld



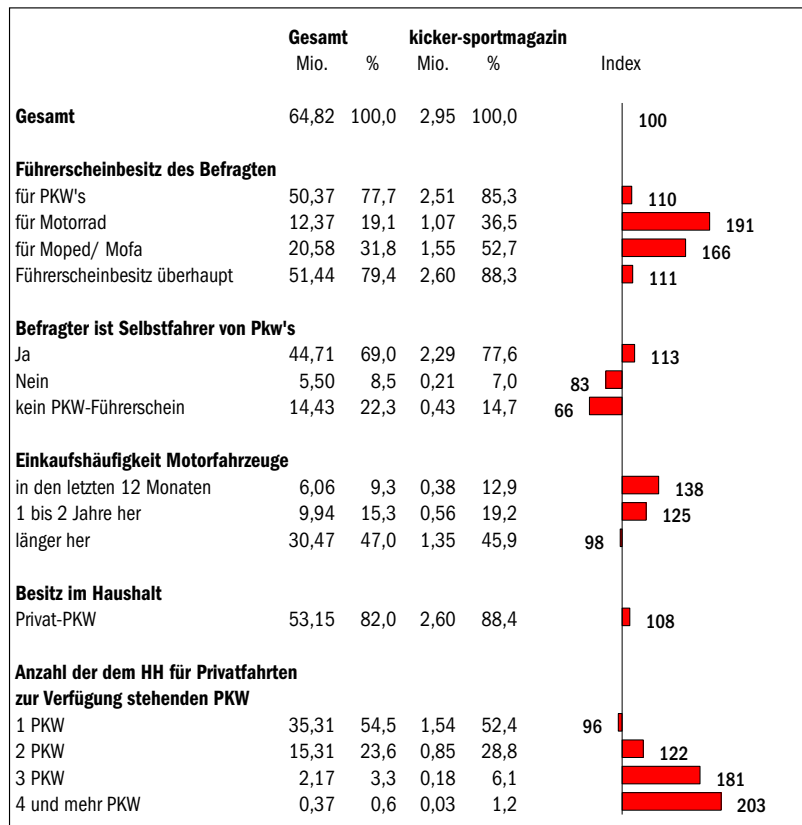
## reiselustig

viel unterwegs im In- und Ausland, kurz übers Wochenende, ausgiebig zur Entspannung oder im aktiven Umfeld

# PKW und Sportartikel

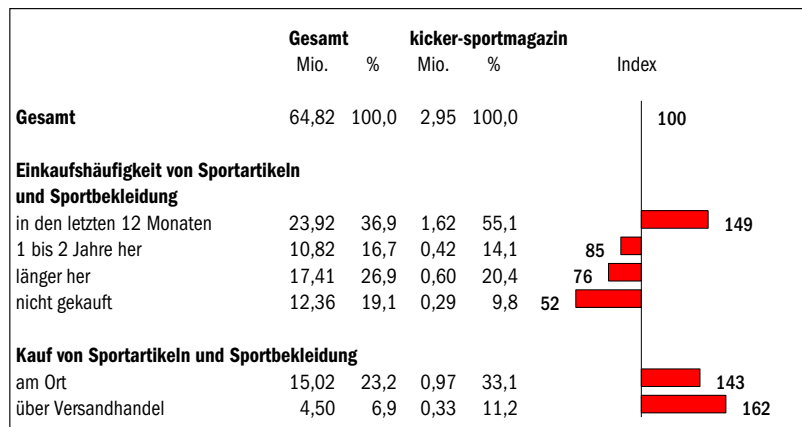
## Auto-mobil

leidenschaftliche Autobesitzer,  
Autofahrer und Autokäufer



## Sport-Kauf

hohe Anschaffungsneigung für ein  
ausgeprägtes Sporterlebnis



# Besitz moderner Technik und Multimedianautzung

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
<b>Gesamt</b>	64,82	100,0	2,95	100,0	100
<b>Besitz im Haushalt</b>					
Stationärer Computer: PC oder Mac	36,86	56,9	2,04	69,1	122
Laptop/ Notebook	22,33	34,4	1,31	44,4	129
Webcam	8,46	13,0	0,52	17,5	134
Internetanschluss	41,12	63,4	2,29	77,7	122
Anrufbeantworter	30,22	46,6	1,65	56,1	120
Fax-Gerät	12,40	19,1	0,65	22,2	116
Videokamera/Camcorder	9,72	15,0	0,57	19,5	130
Digitale Videokamera	11,63	17,9	0,72	24,5	137
Digitaler Fotoapparat	37,41	57,7	2,08	70,6	122
Flachbildfernseher (LCD, Plasma)	23,08	35,6	1,34	45,5	128
DVD-Recorder	13,82	21,3	0,83	28,1	132
DVD-Player	35,91	55,4	1,89	64,1	116
Festplattenrecorder	3,37	5,2	0,19	6,5	126
MP3 Player	24,57	37,9	1,56	52,9	139
Innovatoren (mind. 4 Geräte)*	15,17	23,4	1,00	34,1	146
<b>In den letzten 12 Mon. eingekauft</b>					
Computer/ Computerausstattung	12,74	19,6	0,96	32,6	166
Geräte der Unterhaltungselektronik	14,78	22,8	1,01	34,2	150
Kameras	6,28	9,7	0,37	12,7	131
Heimwerker- /Gartenbedarf	18,83	29,0	1,01	34,2	118

\*Besitz von mind. vier Geräten aus folgender Auswahl: Laptop, digitale Videokamera, Digitalkamera, Flachbildfernseher, DVD-Recorder, Festplattenrecorder, MP3-Player

## technikverliebt

Innovatoren und Besitzer modernster Unterhaltungselektronik

## Technik-Käufer

hohe Anschaffungsneigung bei Unterhaltungselektronik und Haustechnik

	Gesamt		kicker-sportmagazin		Index
	Mio.	%	Mio.	%	
<b>Gesamt</b>	64,82	100,0	2,95	100,0	100
<b>Nutzung eines PC, Notebook, Laptop etc.</b>					
ja	40,76	62,9	2,38	80,8	129
nein	24,05	37,1	0,56	19,2	52
<b>Intensität der Nutzung</b>					
täglich/fast täglich	21,01	32,4	1,35	45,8	141
mehrmals in der Woche	15,20	23,4	0,86	29,1	124
mehrmals im Monat	3,57	5,5	0,14	4,8	87
etwa einmal im Monat	0,44	0,7	0,01	0,5	69
seltener	0,44	0,7	0,02	0,6	90
keine Nutzung	24,06	37,1	0,56	19,2	52
<b>Persönliche Nutzung von Angeboten im Internet</b>					
ja	40,31	62,2	2,37	80,3	129
nein	24,51	37,8	0,58	19,7	52
<b>Persönliche Nutzung von Angeboten im Internet i.d.l. 3 Monaten</b>					
aktuelle Nachrichten/ Infos	31,07	47,9	2,02	68,6	143
Informationssuche (Suchmasch.)	38,54	59,5	2,29	77,8	131
Unterhaltungsangebote	22,55	34,8	1,53	52,0	150
Dienstleistungen	22,48	34,7	1,34	45,4	131
Einkauf/Warenbestellung	24,67	38,1	1,59	53,8	141
Bankgeschäfte	18,38	28,4	1,12	38,0	134
Newsgroups / Chatten	14,95	23,1	1,08	36,6	159
Briefe, Infos via e-mail	36,53	56,3	2,19	74,3	132
<b>Nutzungshäufigkeit von Internet in den letzten 3 Monaten</b>					
1/4 bis 1/2 Jahr her	0,38	0,6	0,02	0,6	108
länger her	0,16	0,2	0,00	0,1	23
keine pers. Nutzung	24,51	37,8	0,58	19,7	52

## Computer-Freaks

hohe Kompetenz im Umgang mit dem PC

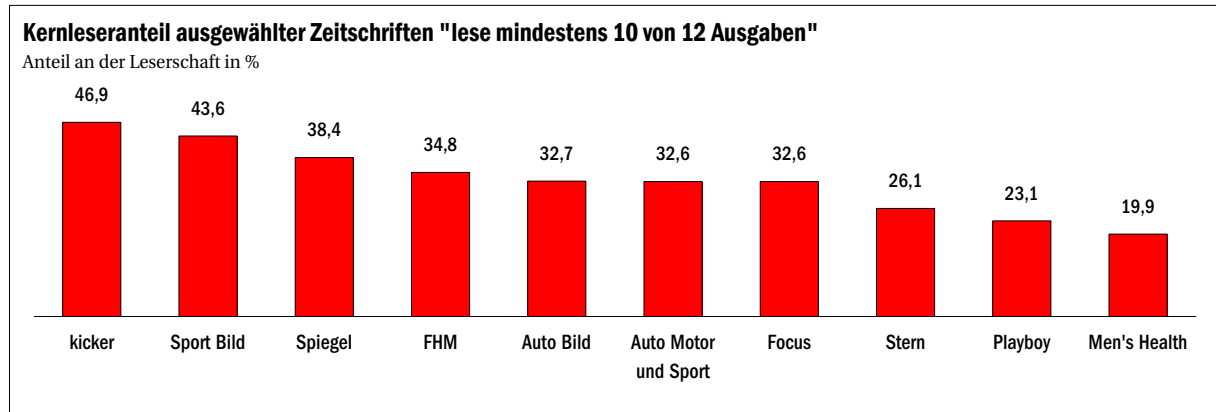
## multimedial

das Internet in vielen Bereichen als unverzichtbarer Lebensbestandteil

# Kernleser und Objektdaten

## Starke 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 hohe 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 IV/2009

Verkaufte Auflage 203.780 Exemplare

Abonnenten-Auflage 79.657 Exemplare

### Reichweite ma 2010 I

Gesamt in Mio. 2,95

Gesamt in Prozent 4,5

Männer in Mio. 2,73

Männer in Prozent 8,7

### Anzeigenpreise 2009, brutto

1/1 Seite ein- bis vierfarbig 22.600 Euro

1/1 Seite 2./4. Umschlagseite 24.900 Euro

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

Gesamt 7,67 Euro

Männer 8,29 Euro

### Anzeigenschluss

kicker Tiefdruckteil 4 Wochen vor ET

kicker Zeitungsteil 10 Tage vor ET

# Untersuchungssteckbrief

---

## Grundgesamtheit:

Personen (Mio): 64,824  
Haushalte (Mio): 35,958

Fallzahlen:

Pressemedientranche:  
Summe Personengewichte: 38.903  
Summe Haushaltsgewichte: 37.703

## Erhebung und Ausweisung:

	erhoben	ausgewiesen
Zeitschriften / Wochenzeitungen:	187/186 <sup>1)</sup>	166
Supplements	4	3
Konpress-Titel	42/38 <sup>1)</sup>	1
Lesezirkel	1	1

1) PT 2009 2.Welle / PT 2010 1.Welle;

---

## Erhebungszeiträume:

PT 2009 2. Welle	14.09.2008-	07.02.2009
PT 2010 1. Welle	1.03.2009-	12.09.2009

## Zeitschriften Veränderungen:

*Probeerhebung ma 2010 Pressemedien I bestanden*

*Auf Basis der 2.Welle ma 2009 und der 1. Welle ma 2010*

Life&Style (wö)  
OK! (wö)

---

*Ausgeschiedene Titel*

Top of the Pops (mo)

*Änderung der Erscheinungsweise*

Glamour 14 -> mo  
Welt der Frau mo -> 14

*Hinweis: Glamour erscheint ab Januar 2009 monatlich. Der Titel erreichte auf Basis der 1. Welle ma 2010 im weitesten Leserkreis eine Fallzahl > 351 und damit die Anforderung einer Ausweisung in der ma 2010 I. Die Daten von Glamour aus der 1. Welle ma 2010 wurden in die Altwelle injiziert.*

*Der Titel "Welt der Frau" wird aufgrund der Änderung der Erscheinungsweise von monatlichem auf 14täglichem Erscheinen, die in der Erhebung der 1. Welle ma 2010 nicht berücksichtigt werden konnte, nicht ausgewiesen.*

---

*Probeerhebung ma 2010 Pressemedien I nicht bestanden*

*Auf Basis der 1. Welle ma 2009:*

TV für mich (14)

*Auf Basis der 2. Welle 2009 und der 1. Welle ma 2010:*

TV Guide (14)  
TV Schlau (mo)  
Woche heute (wö)

# Ansprechpartner

---

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

## Anzeigenleitung

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

## Nielsen 2

*Für Kunden:*  
**Alfred Gerczikow**  
**Daniel Fuest**  
Quadromedia GmbH  
Bastionstraße 6a  
40231 Düsseldorf  
Tel: 0211/86 29 97 12  
Fax: 0211/13 24 10  
E-Mail: duesseldorf@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

## Nielsen 3 a

**Alfred Gerczikow**  
**Hans-Georg Schultz**  
**Claudia Desch**  
**Heike Bothe**  
Verlagsbüro Krimmer  
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 1

**Nicole Simons**  
**Jan Logemann**  
**Claudia Voss**  
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

## Nielsen 3 b

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

## Nielsen 4

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

## Nielsen 5, 6, 7

**Ralf Hünninghaus**  
Verlagsbüro Krimmer  
Schwarzbacher Straße 3  
10711 Berlin  
Tel: 030/89 38 27-0  
Fax: 030/89 38 27-33  
E-Mail: berlin@krimmer.com  
www.krimmer.com

## Österreich/Schweiz

**IGL-Werbendienst GmbH**  
Postfach 222  
Jahnstraße 19  
A-5021 Salzburg  
Tel: +43 (0) 662/45 36 15-0  
Fax: +43 (0) 662/45 20 38  
E-Mail: office@igl.at  
www.igl.at

## Italien

**Riccardo Rausch**  
**Arianna Mazzon Risatti**  
**Patrizia Giaconi**  
RPR ITALY media agency  
Viale Canella 14  
I-38066 Riva del Garda  
Tel: +39 (0) 464/55 21 94  
Fax: +39 (0) 464/55 22 44  
E-Mail: olympia@rpritaly.com  
Internet: www.rpritaly.com