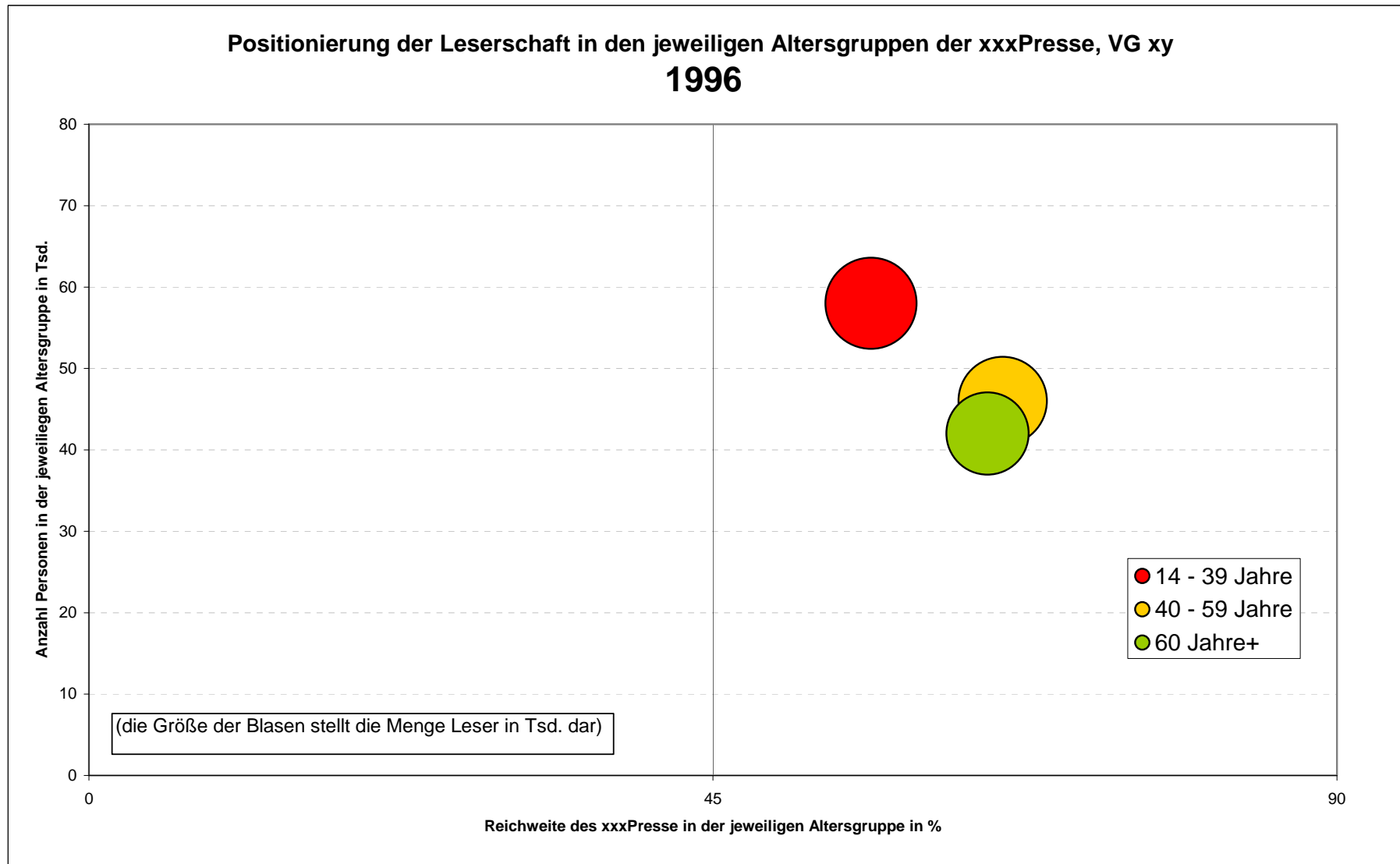


Positionierungsmodell der Leserschaftsgruppen nach Alter XXX PRESSE

1996, 1999, 2002, 2004, 2006

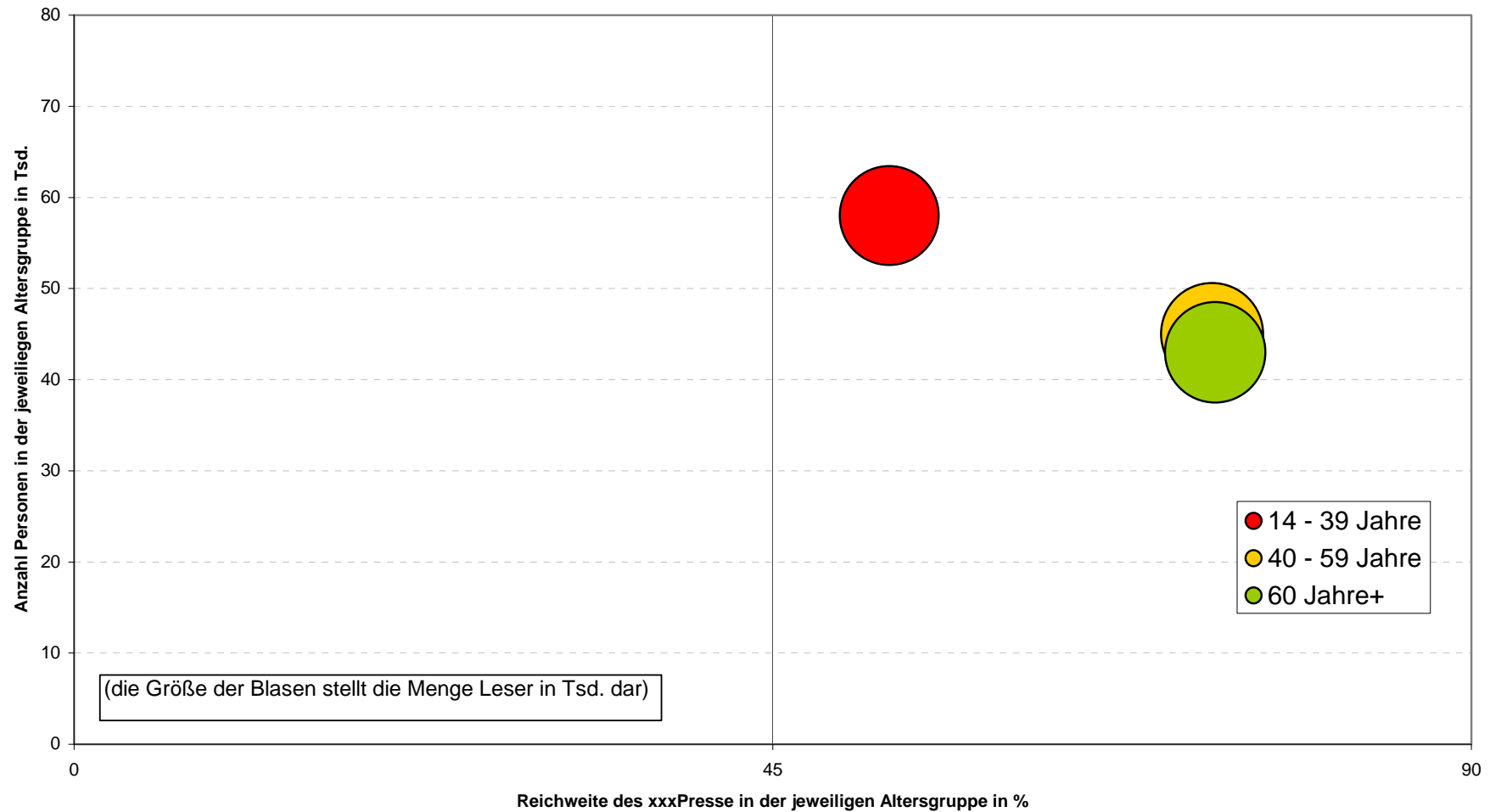
An der X-Achse ist jeweils die Reichweite (= Marktanteil) abgetragen, an der y-Achse die Menge der Personen in der jeweiligen Altersgruppe gesamt (=Potenziale) und die Größe der Blasen wird von der Zahl der Leser in Mio. in dieser Altersgruppe bestimmt.

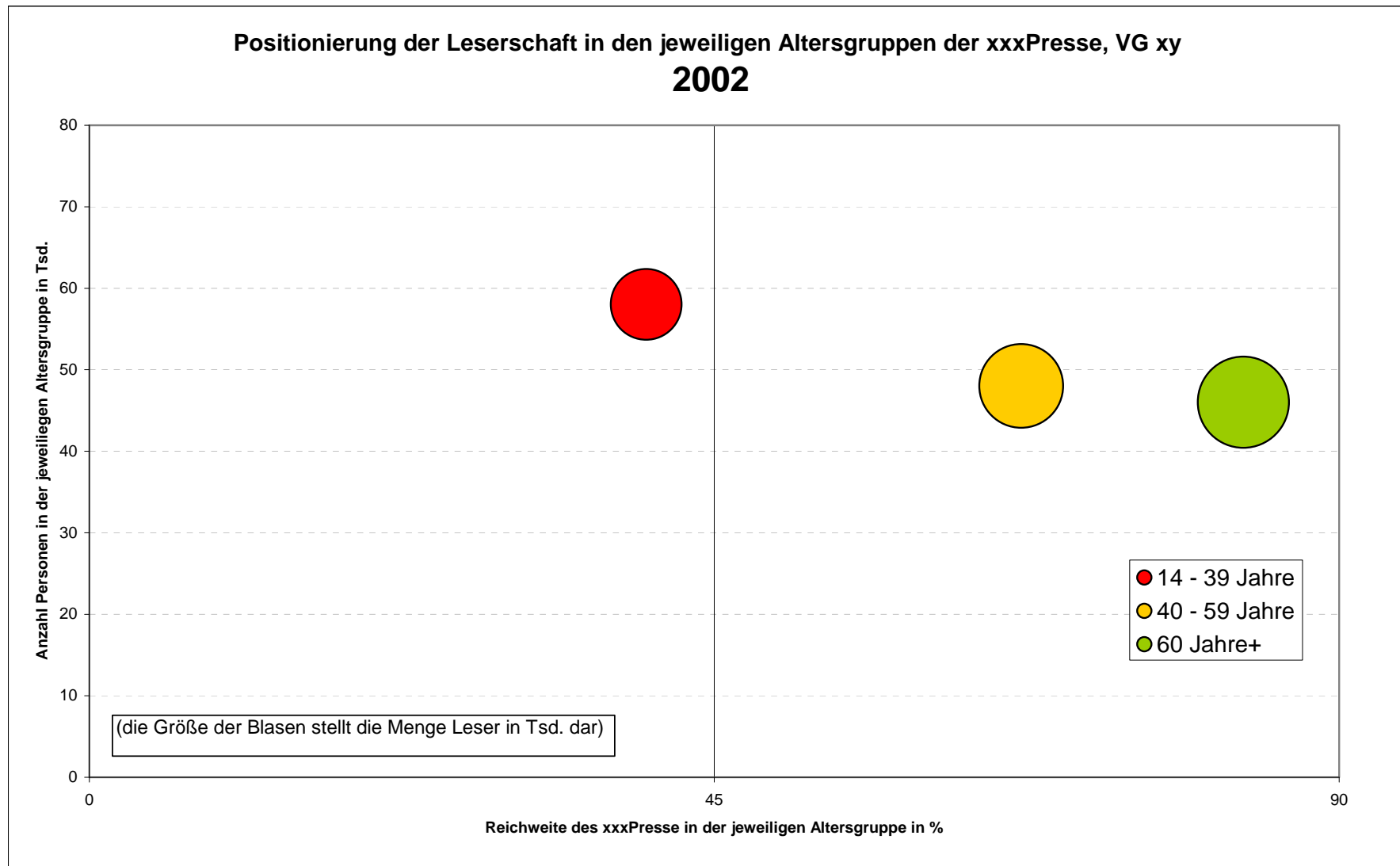
- Die schrumpfende Leserschaft im Alter von 14-39 Jahren bewegt sich vom Potenzial dieser Altersgruppe an der Bevölkerung gesamt (Y-Werte) und den Marktanteilen (x-Werte) vom Quadranten der „stars“ zu den „Question Marks“.
- Das Bevölkerungspotential der 40 - 59 und über 60 Jahre alten Leser wächst im Verbreitungsgebiet in diesen Altersgruppen an. Die Leserschaftsgruppen bewegen sich in der Gruppe der „stars“.
- Dabei kommt aber die Gruppe der 40 – 59 jährigen Leser der Quadrantengrenze hin zu den „Question Marks“ gefährlich nahe, wobei diese Altersgruppe 2010 das größte Bevölkerungspotenzial stellen wird.

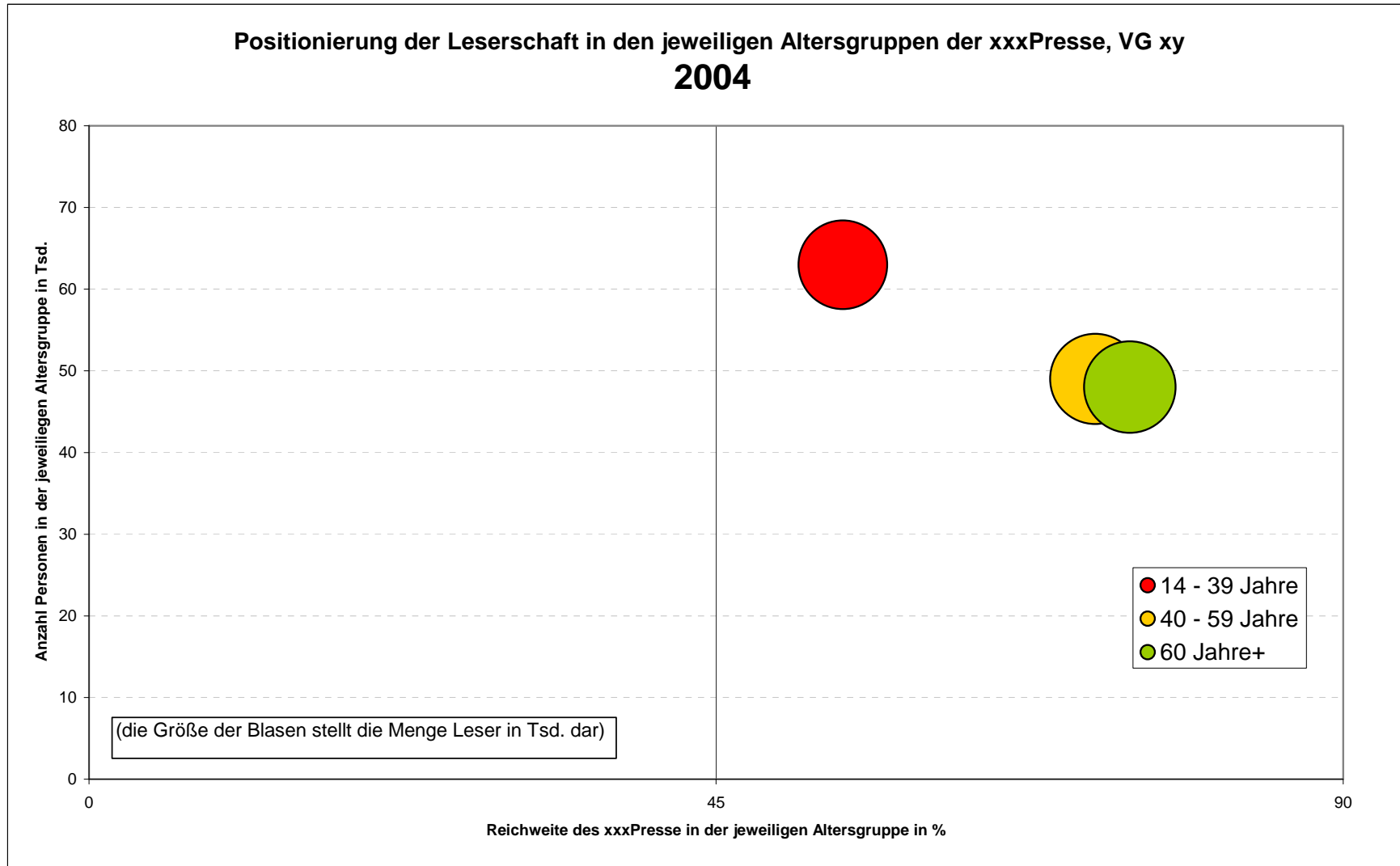


Reichweiten-Entwicklung bis 2010

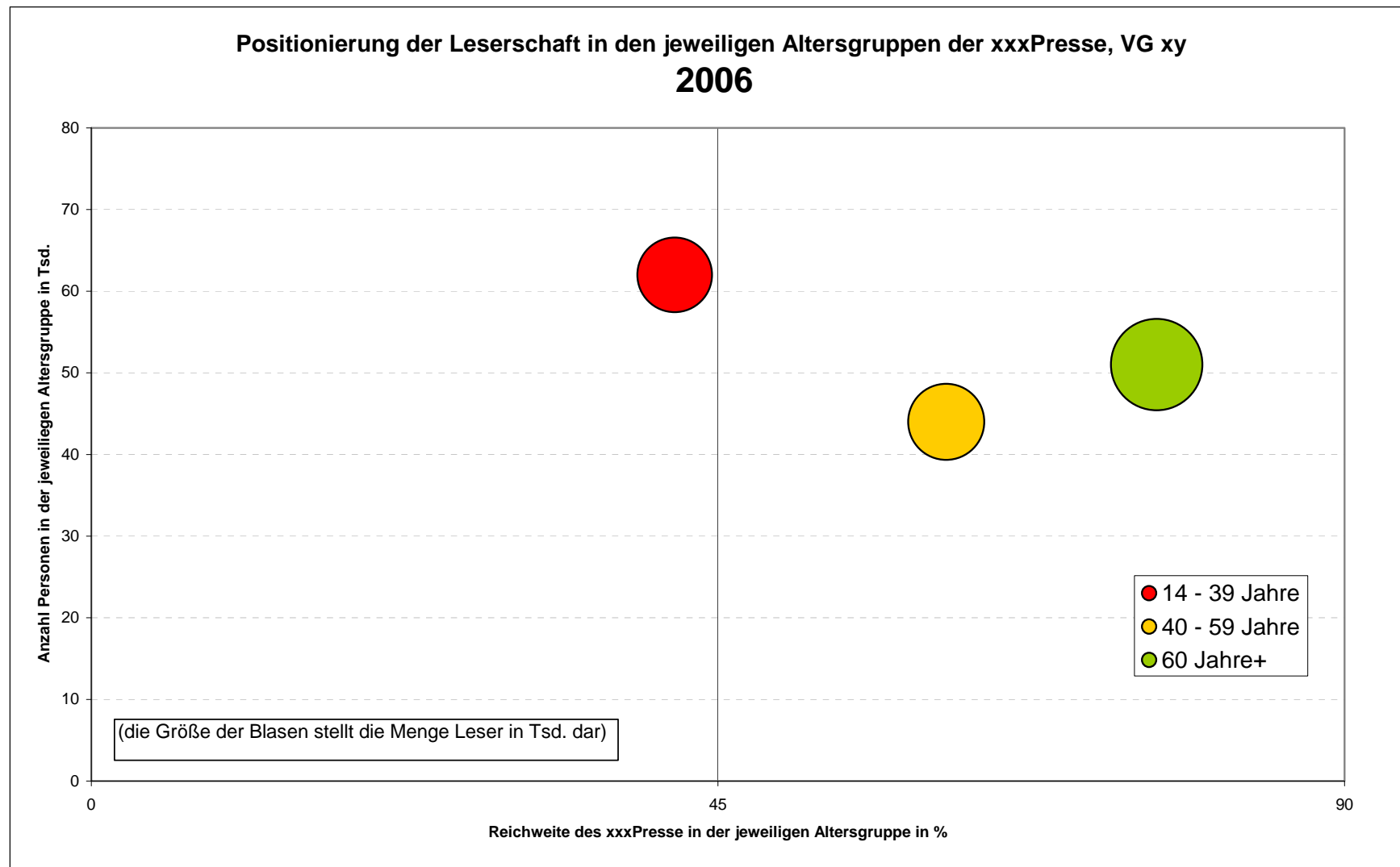
Positionierung der Leserschaft in den jeweiligen Altersgruppen der xxxPresse, VG xy
1999







Reichweiten-Entwicklung bis 2010



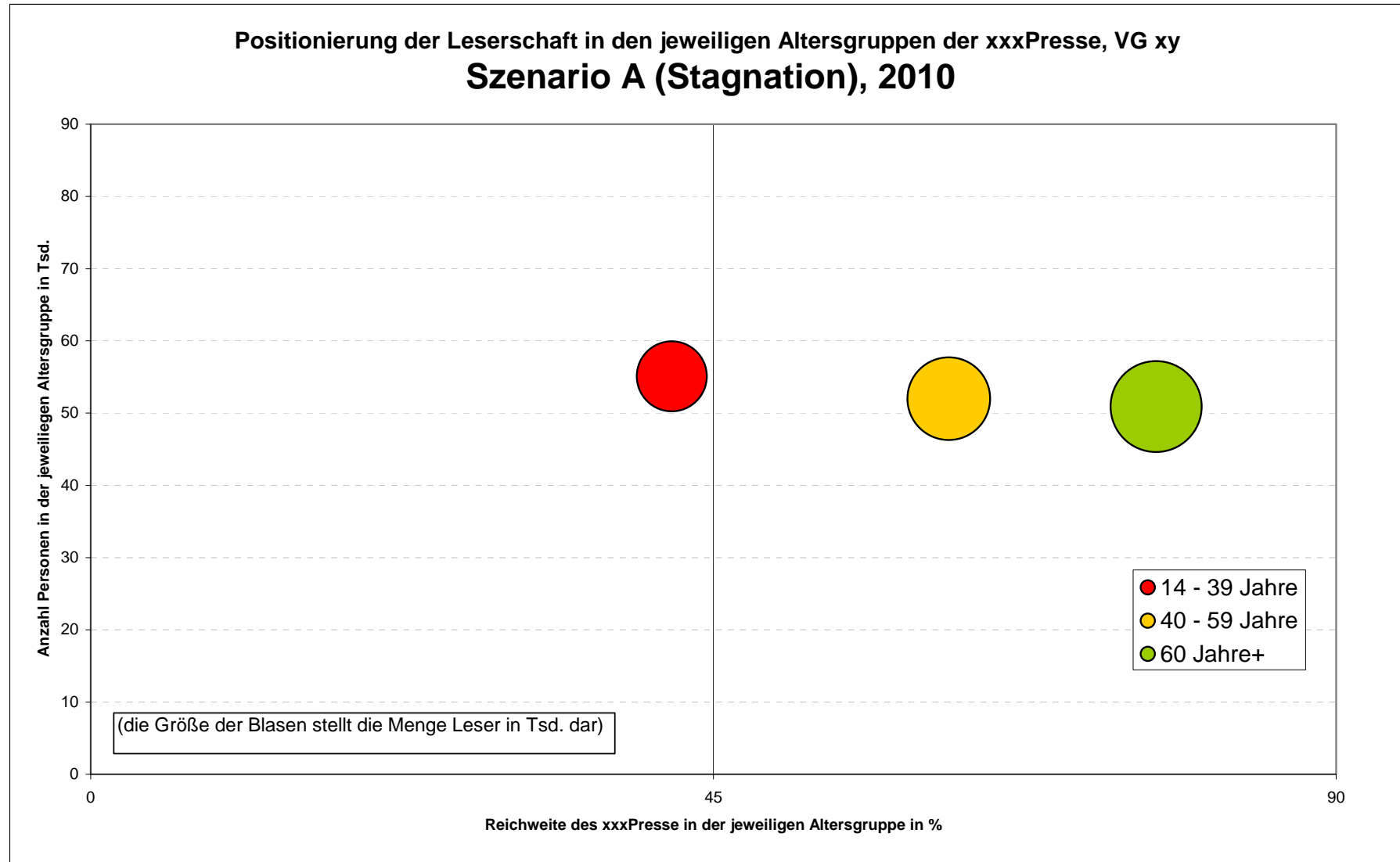
Entwicklung von drei Szenarien für das Jahr 2010

Szenario A:

In diesem Szenario wird zunächst erst einmal unterstellt, die Entwicklung 2006 würde sich unter gleichbleibenden Rahmenbedingungen so weiter fortsetzen. Damit haben wir Reichweitenwerte für 2010 geschätzt und diese mit der Bevölkerungsprognose für 2010 auch zu Potenzialen verrechnet.

Dabei haben wir mit folgenden Annahmen gearbeitet:

- 14 - 39 Jahre (0) Reichweite verharrt auf einem Niveau von 27%
- 40 - 59 Jahre (0) RW bleibt auf einem Niveau von 42 %
- 60 Jahre (0) RW pendelt um das Durchschnittsniveau 1996: 2006 bei 49%

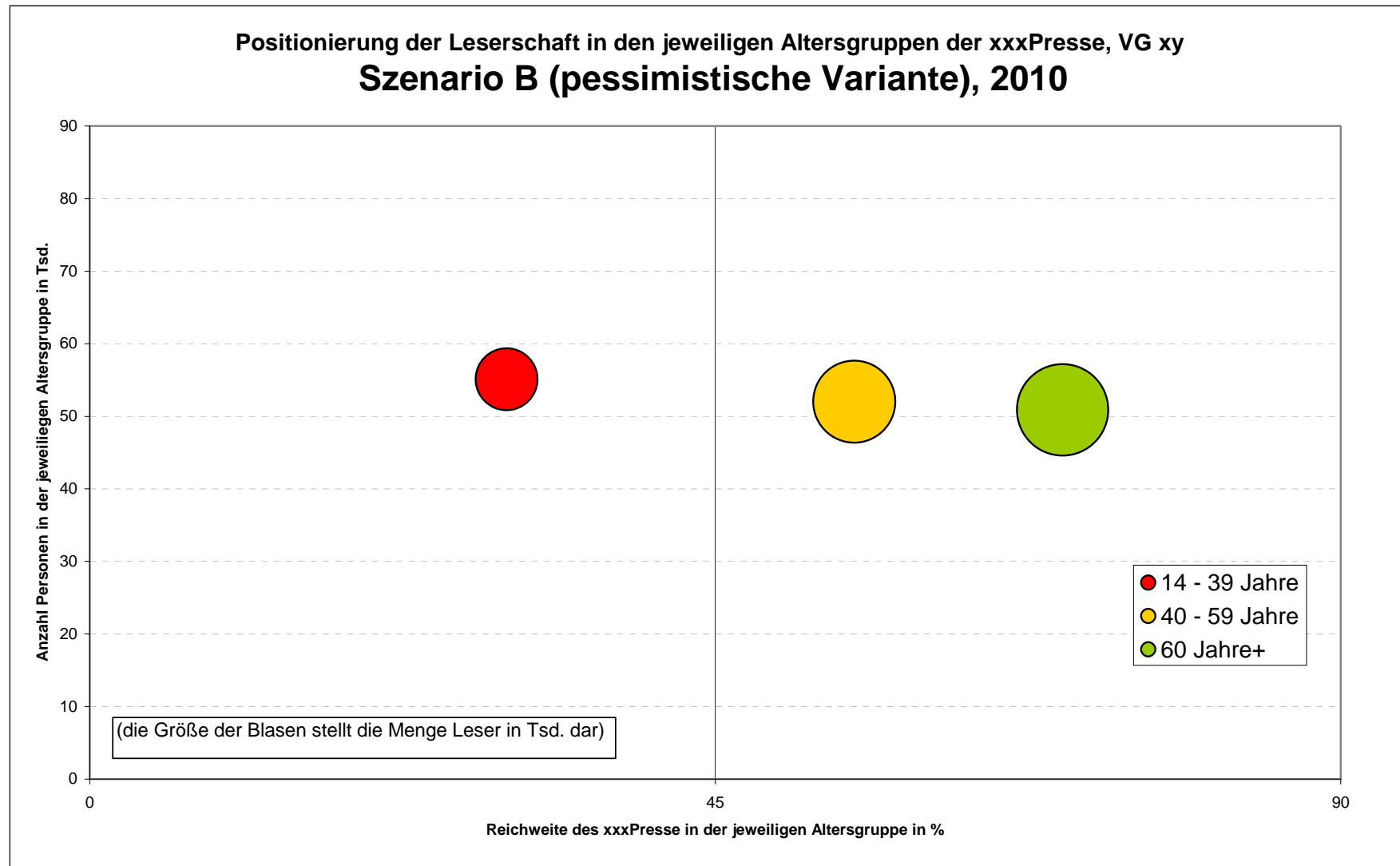


Szenario B:

Dies ist ein Szenario unter negativen Rahmenbedingungen. Hier haben wir unterstellt, dass die Verluste der xxx-PRESSE im Verbreitungsgebiet anhalten, auch bei den älteren Zielgruppen.

Dabei haben wir mit folgenden Annahmen gearbeitet:

- 14 - 39 Jahre (--) Rückgang der RW (Reichweite) auf 20%
- 40 - 59 Jahre (--) RW sinkt auf den Wert von 35% (ma2003 bereits erstmalig 37%)
- 60 Jahre + (-) RW sinkt, da Jahrgänge mit unregelmäßiger Leserschaft und Nutzung von Konkurrenz-Titeln hinzukommen (43%).



Szenario C:

Dies ist das positive Szenario. In der Altersgruppe 14 - 39 Jahre können die Reichweiten durch veränderte Inhalte im Blatt, Kombinationen zwischen Print- und Online-Abos zumindest gehalten werden. In den Altersgruppen über 40 Jahren kann der Titel die durchschnittlichen RW halten.

Dabei haben wir mit folgenden Annahmen gearbeitet:

- 14 - 39 Jahre (0) RW (Reichweite) verharrt auf dem Niveau von 27%
- 40 - 59 Jahre (0) RW verharrt auf dem Ø-Niveau der letzten 10 Jahre (48%)
- 60 Jahre + (+) RW steigt auf rund 55% an, durch altersbedingte Zuwächse aus der Leserschaft 50 – 59 Jahre

