

Copytest Berliner Morgenpost

6. Juni 2002

Wir kennen unsere Stadt.

Berliner Morgenpost

Untersuchungssteckbrief

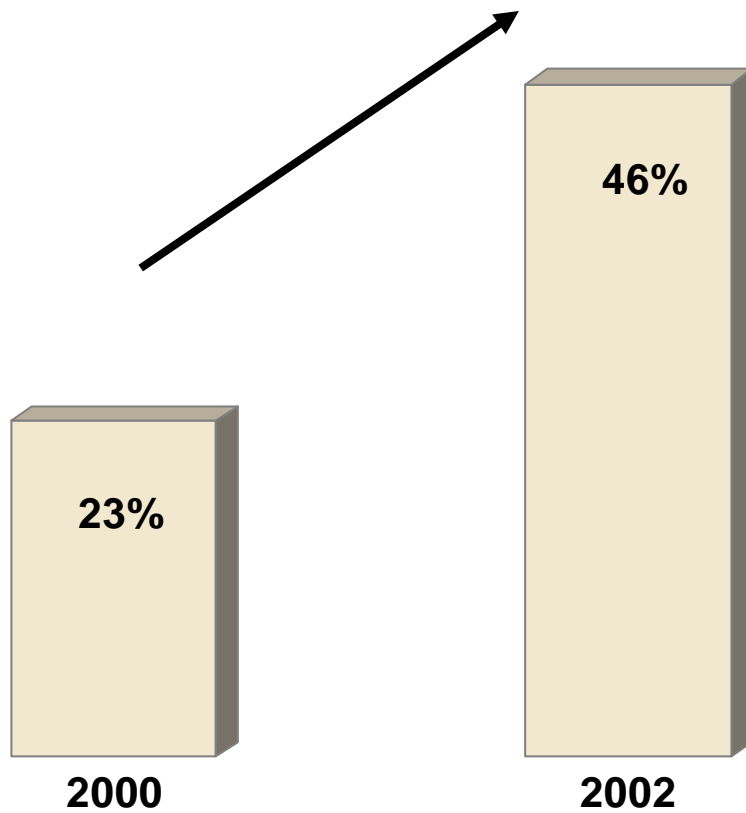
Testausgabe:	Berliner Morgenpost von Donnerstag, 6. Juni 2002
Testort:	Berlin
Stichprobe:	275 Befragte, quotiert nach Geschlecht, Alter und Wohnort auf Basis der MA 2001, Westliche Berliner Bezirke: 157 Befragte, Östliche Berliner Bezirke: 118 Befragte
Methode:	face-to-face at-home, day-after-Befragung
Feldarbeit:	INFO GmbH
Auftraggeber:	Ullstein Markt- und Mediaservice

Gewachsene Seitenbeachtung

Gewachsene Seitenbeachtung

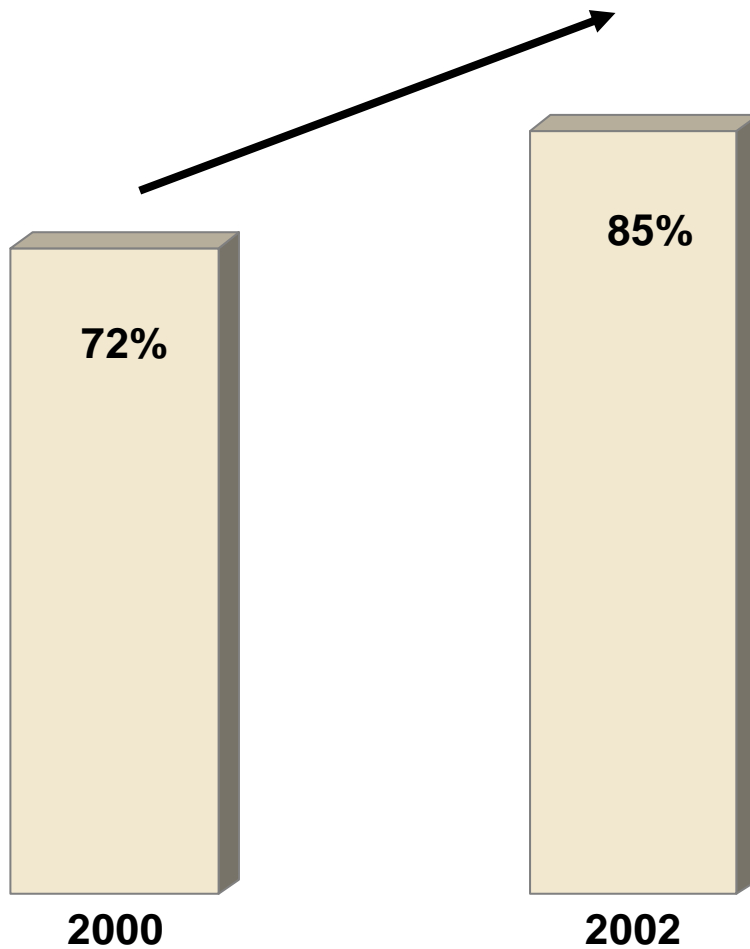
„Lese alle/fast alle Seiten.“

Enormer Zuwachs um 100%!



Seitenbeachtung auf Anzeigen führenden Seiten

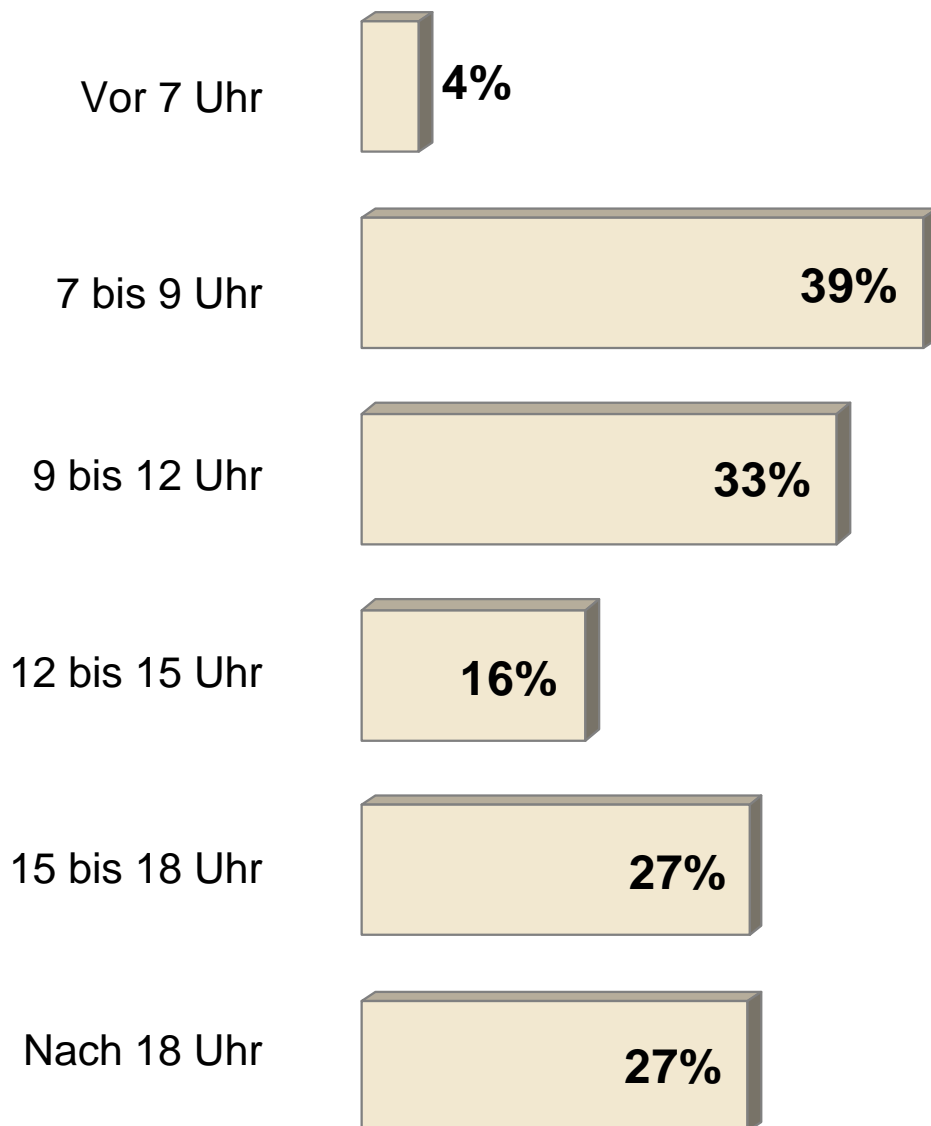
Starker Zuwachs der durchschnittlichen Seitenbeachtung!



Leseverhalten

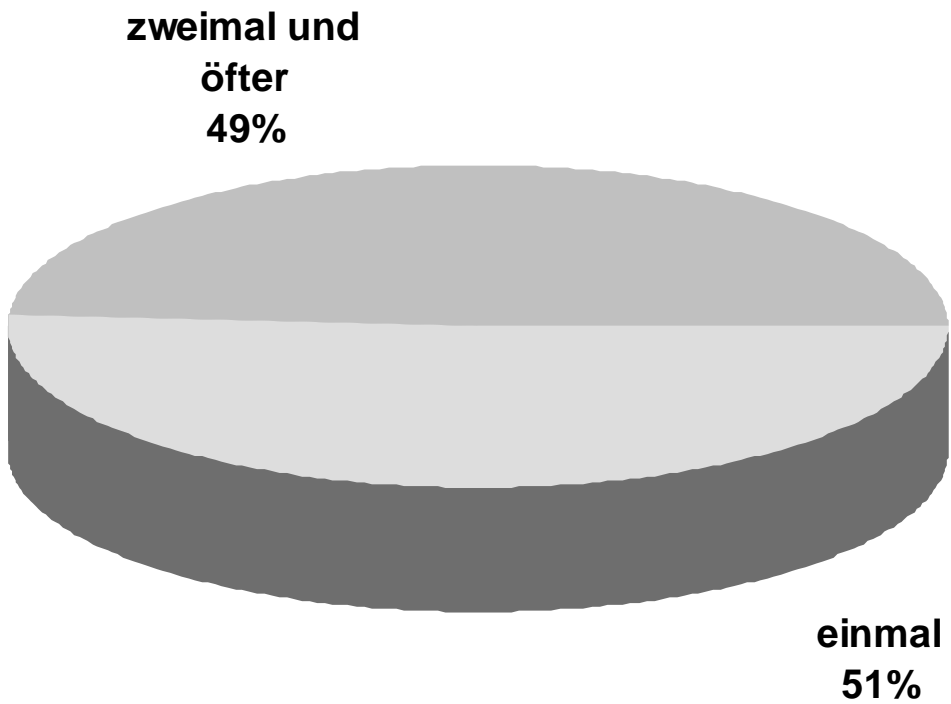
Lesezeitpunkt der Berliner Morgenpost

“Wann haben Sie diese Ausgabe der Berliner Morgenpost gelesen?”*



* Mehrfachnennungen möglich

Lesehäufigkeit der Berliner Morgenpost

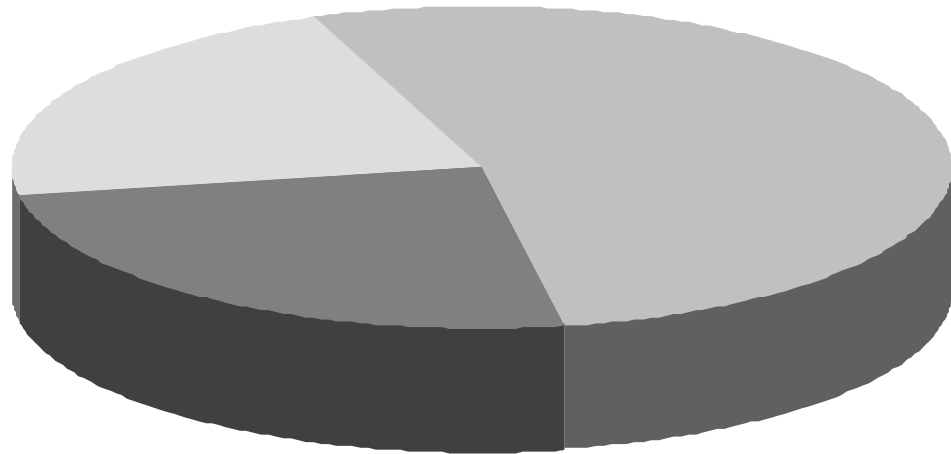


Berliner Morgenpost als Gemeinschaftsgut

“Wie viele Personen haben diese Ausgabe insgesamt durchgeblättert oder gelesen?”

nur befragte
Person
22%

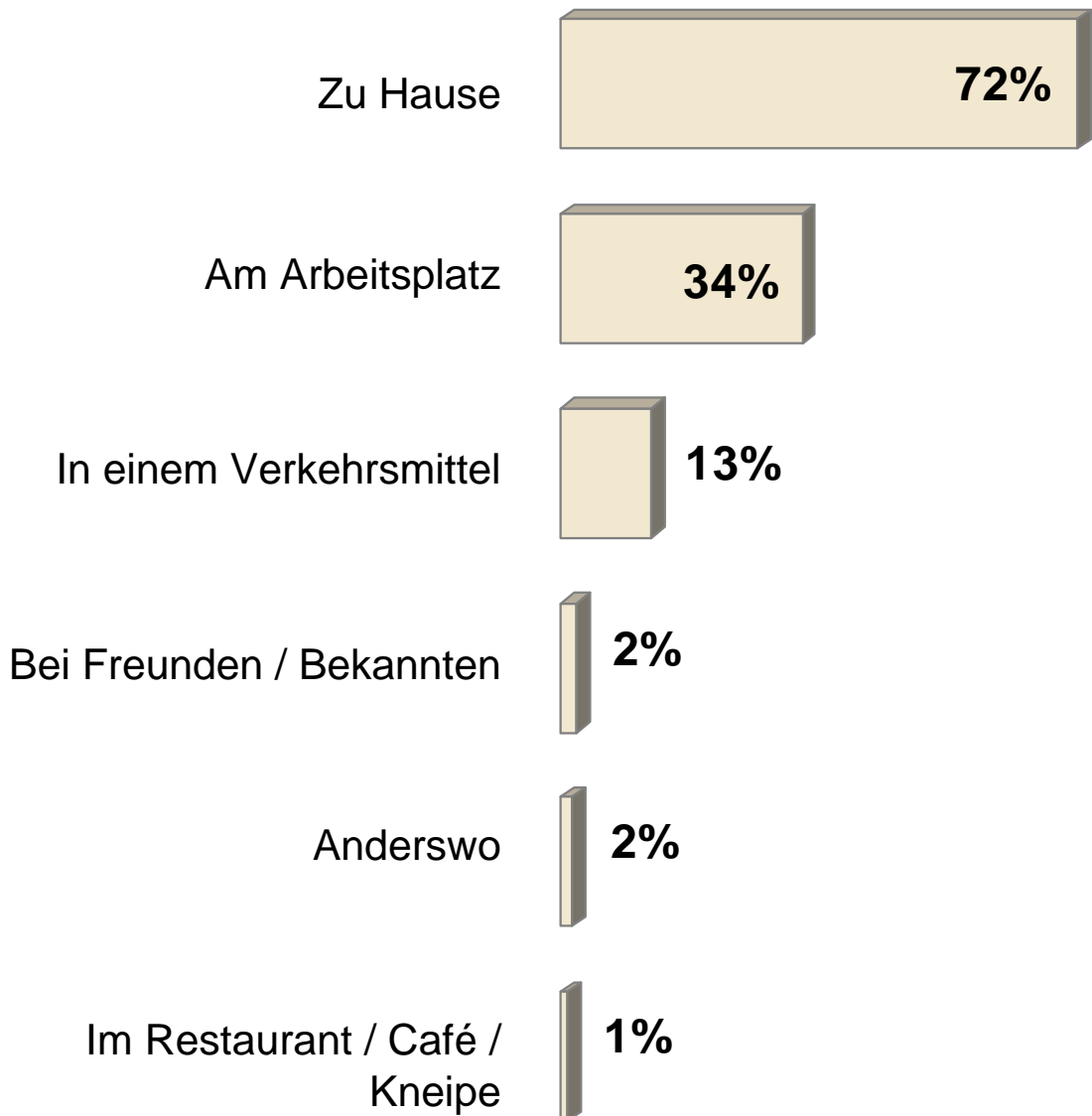
2 Personen
53%



mehr als 2
Personen
25%

Leseort der Berliner Morgenpost

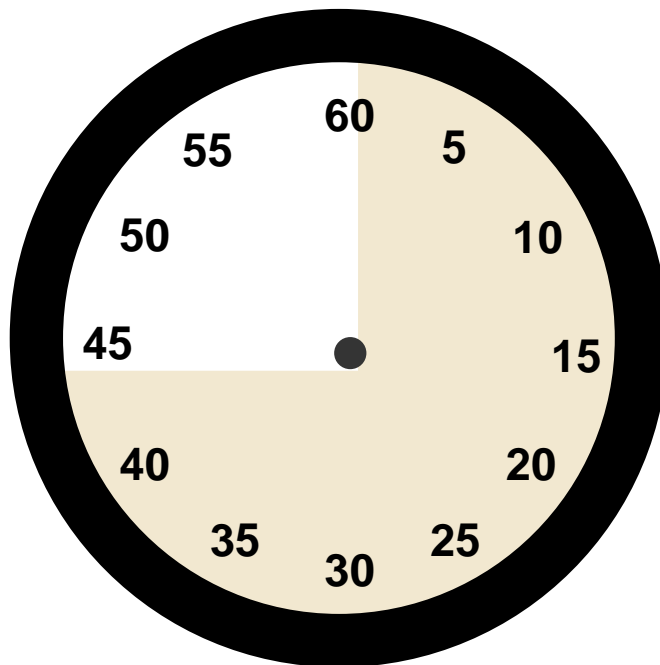
“Wo haben Sie diese Ausgabe der Berliner Morgenpost gelesen?”*



* Mehrfachnennungen möglich

Lesedauer der Berliner Morgenpost

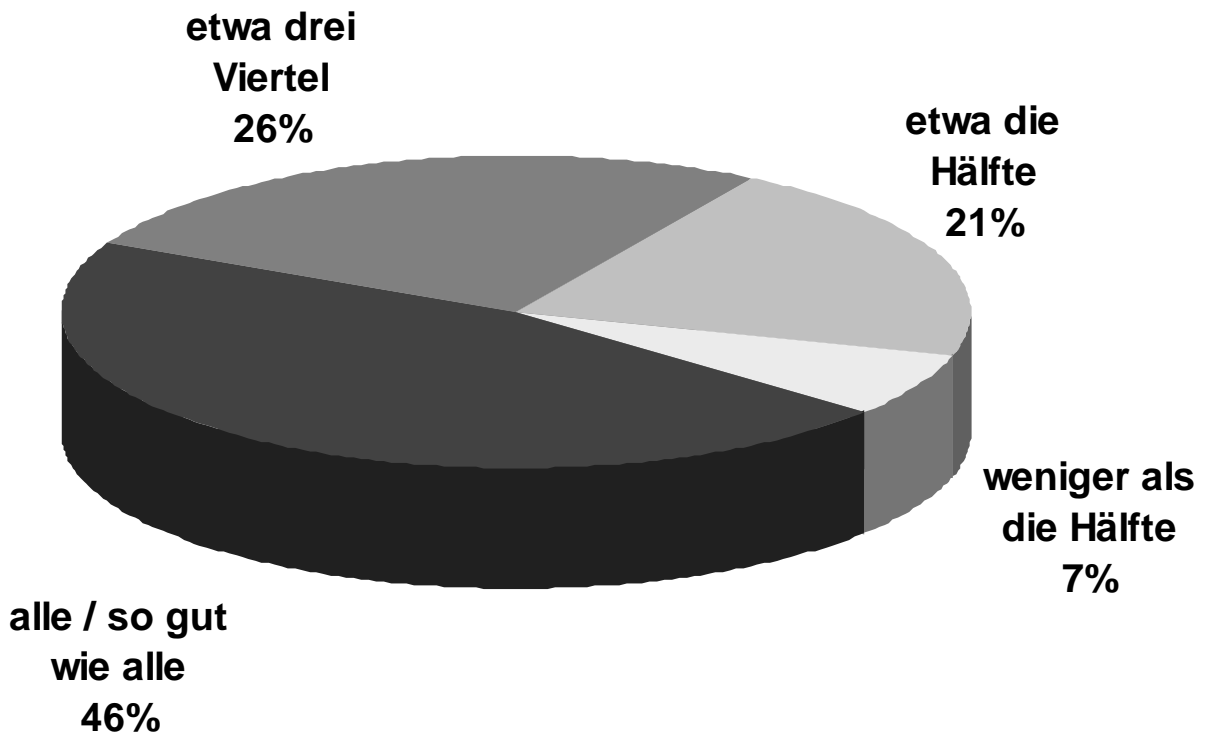
Die durchschnittliche Lesedauer beträgt
44 Minuten!



Schnitt Deutschland Tageszeitungen:
39,5 Minuten*

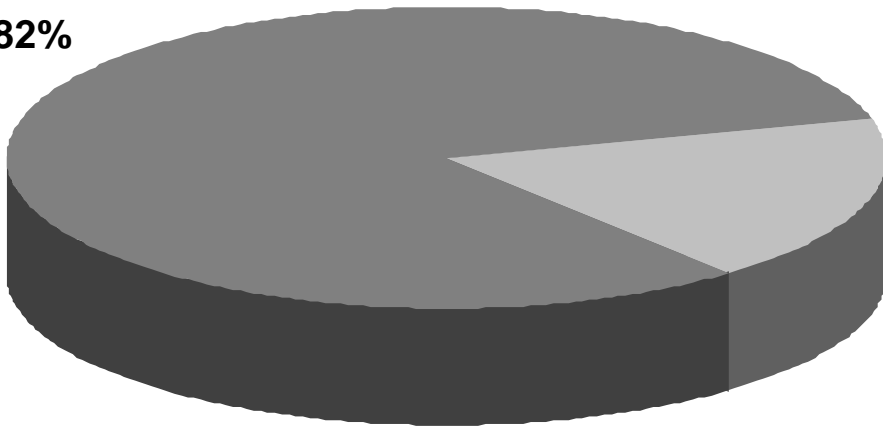
* Quelle: ZMG (1998)

Anzahl gelesene Seiten der aktuellen Ausgabe



Vermissten der Berliner Morgenpost, wenn es sie nicht mehr gäbe...

**eher
vermissen
82%**

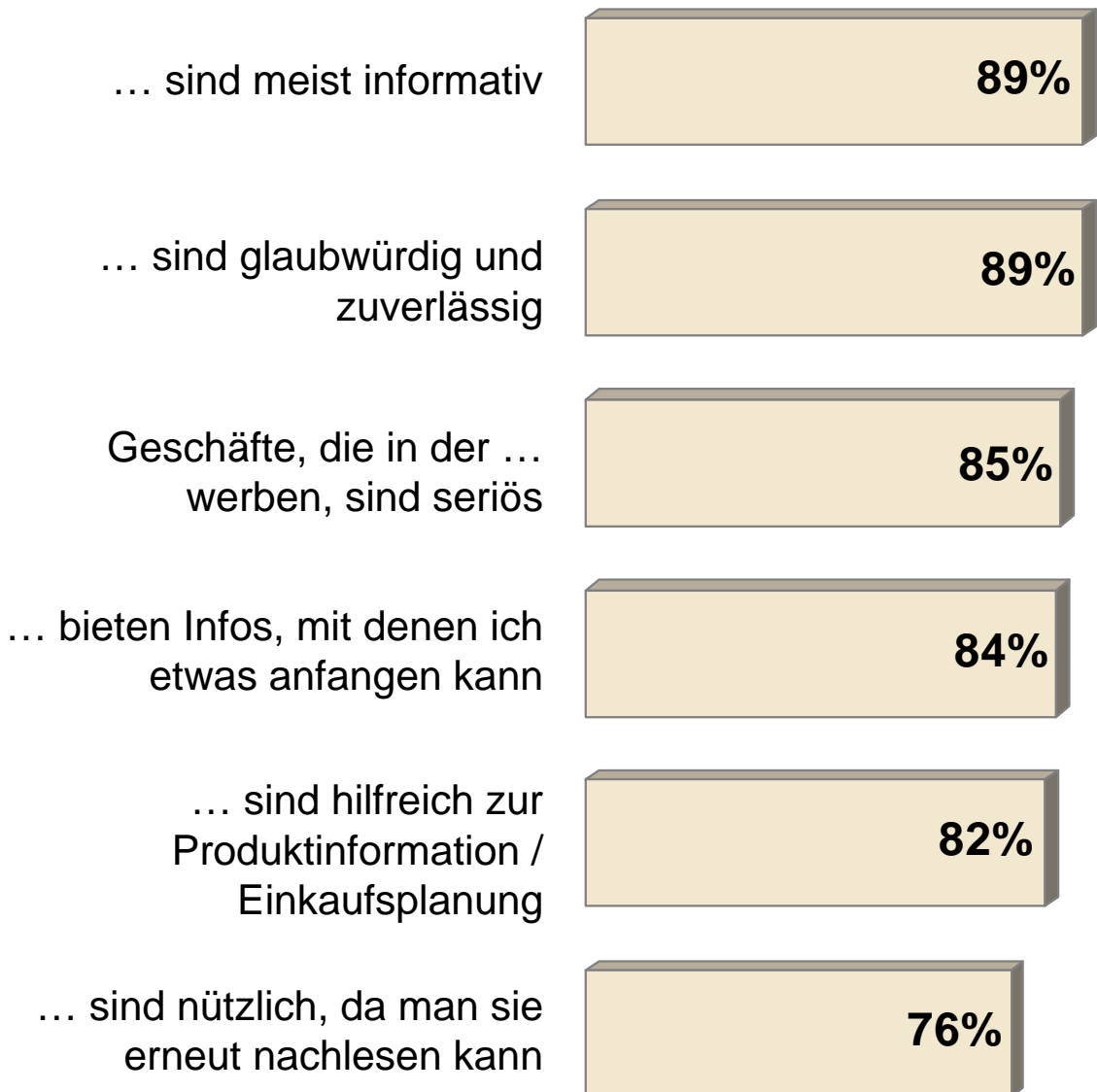


**eher nicht
vermissen
18%**

Anzeigenbeurteilung

Anzeigenbeurteilung*

Anzeigen / Werbung in der Berliner Morgenpost...**

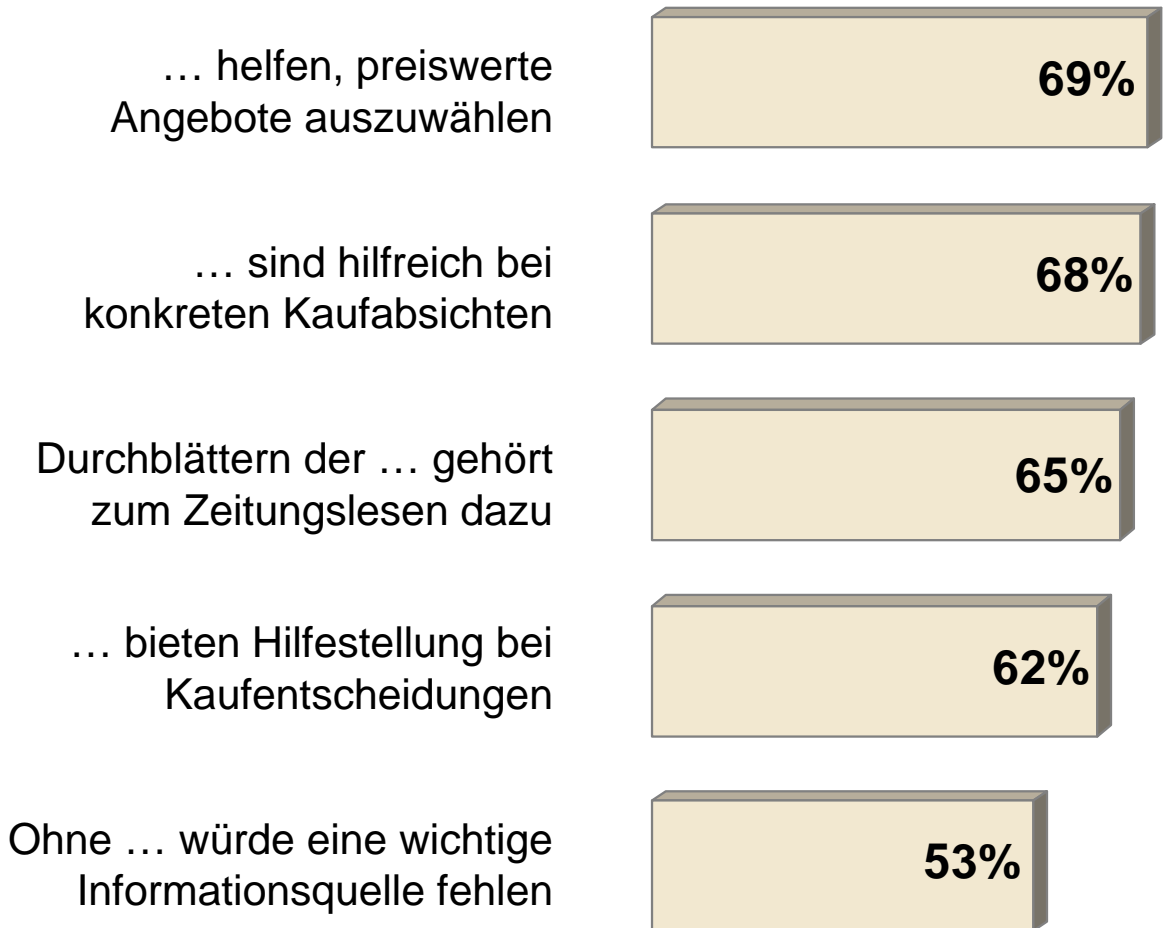


* Zusammenfassung der Antworten „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“

** Mehrfachnennungen möglich

Anzeigenbeurteilung*

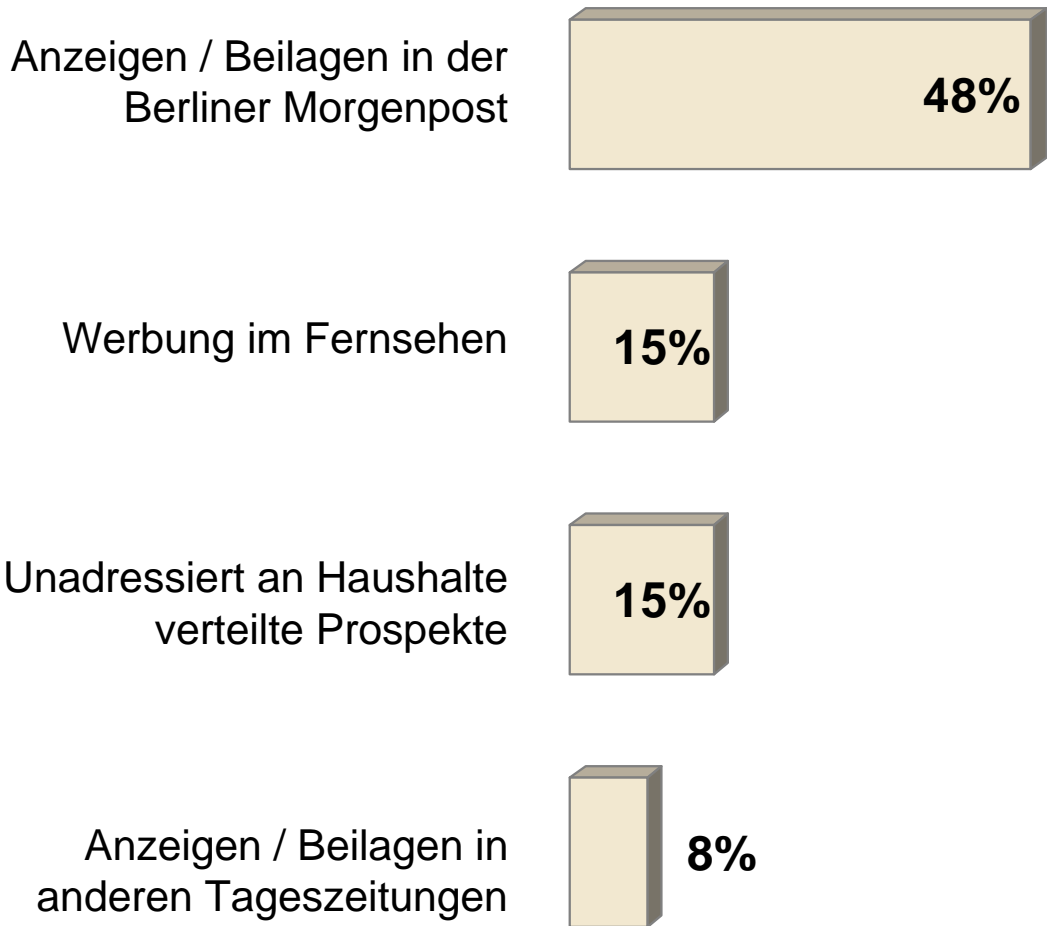
Anzeigen / Werbung in der Berliner Morgenpost...**



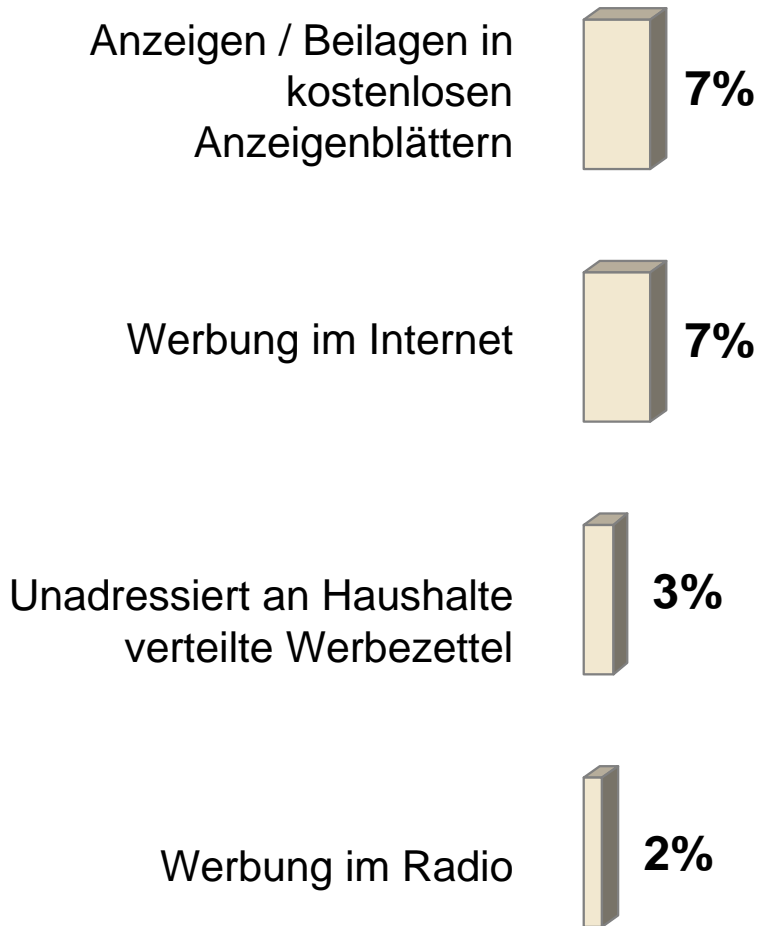
* Zusammenfassung der Antworten „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“

** Mehrfachnennungen möglich

Wichtigste Infogrundlage für Angebote der Händler



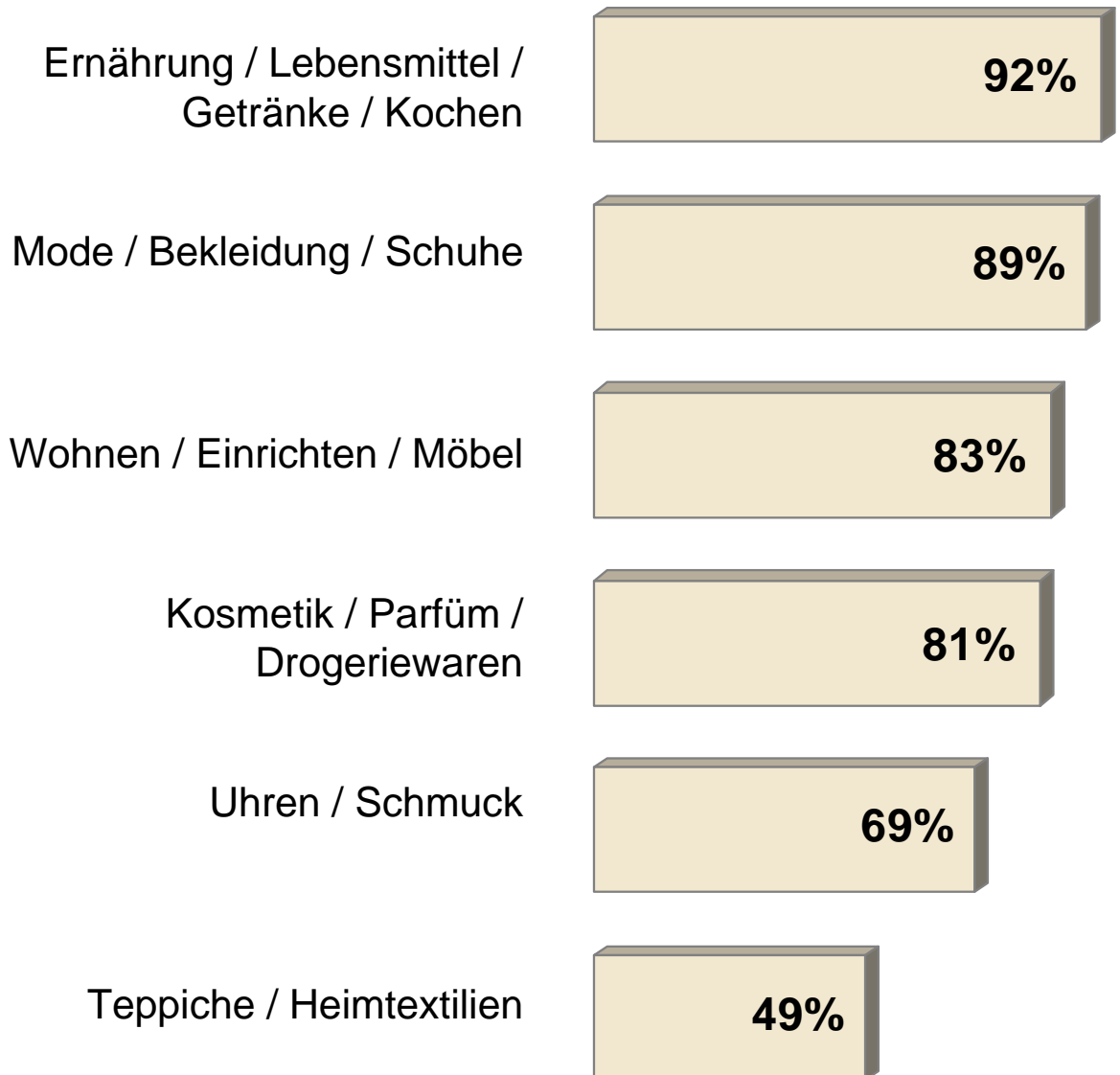
Wichtigste Infogrundlage für Angebote der Händler



Produktinteresse

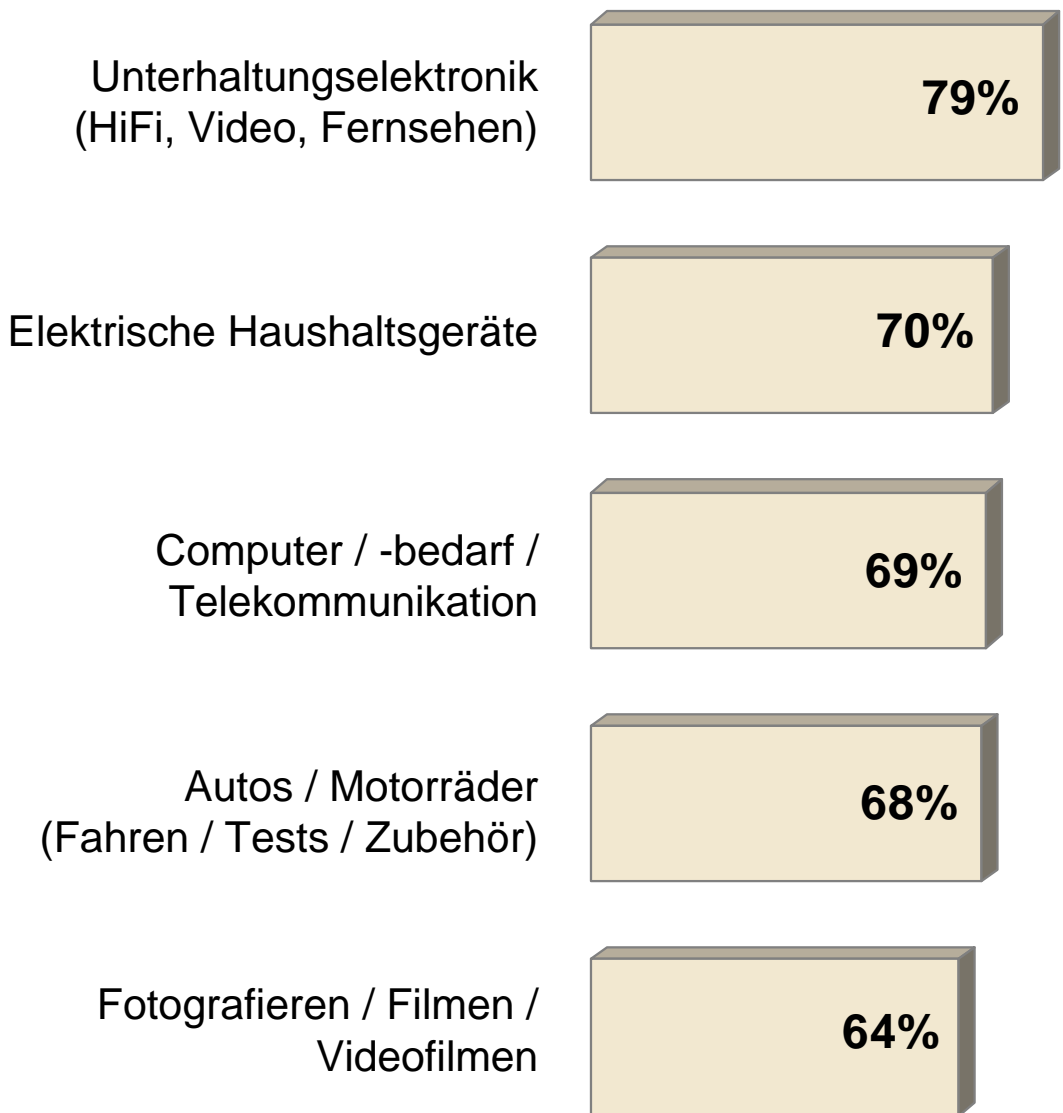
Familie & Einkauf

Ich interessiere mich für Informationen aus dem Bereich...



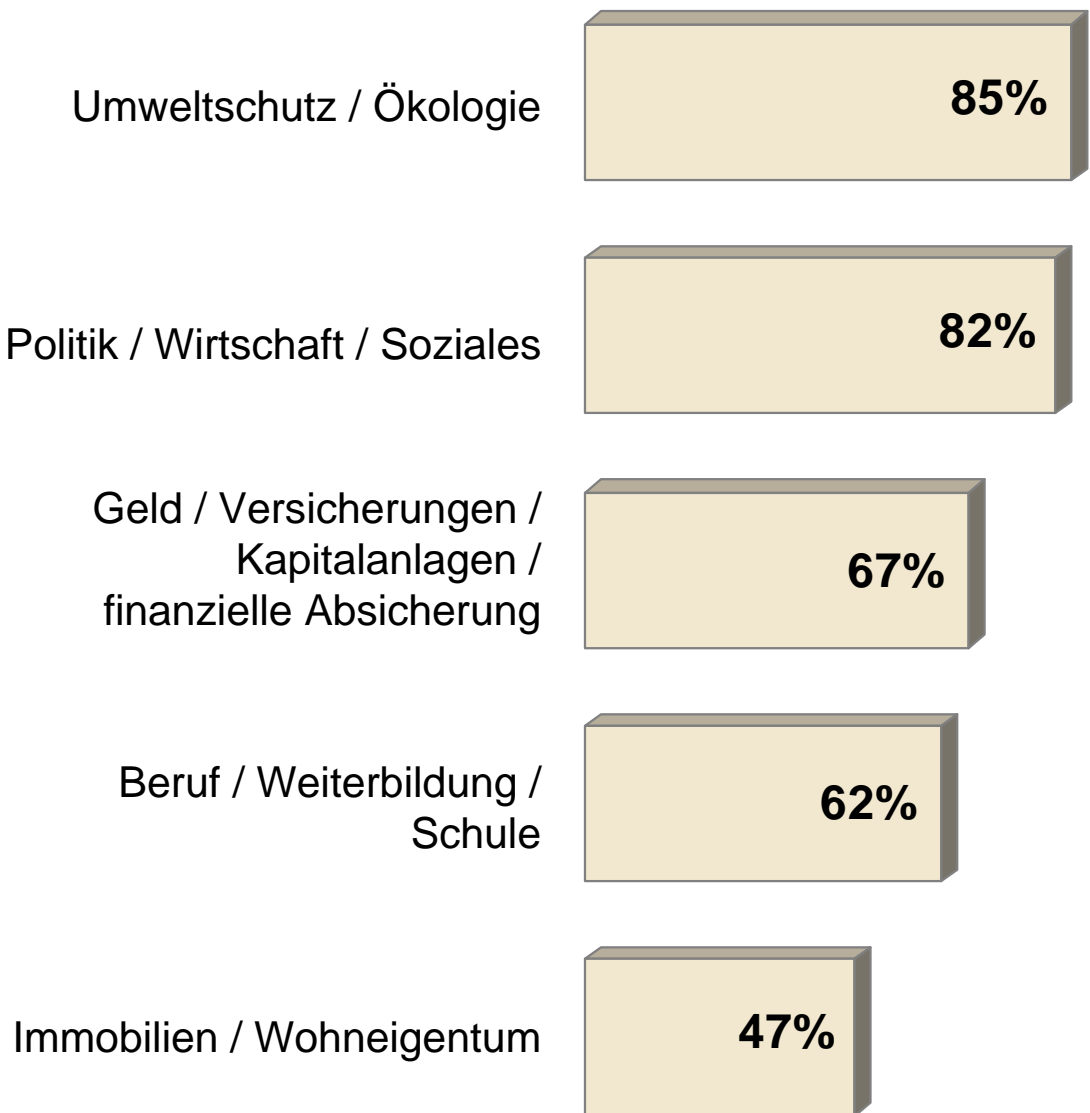
Technik

Ich interessiere mich für Informationen aus dem Bereich...



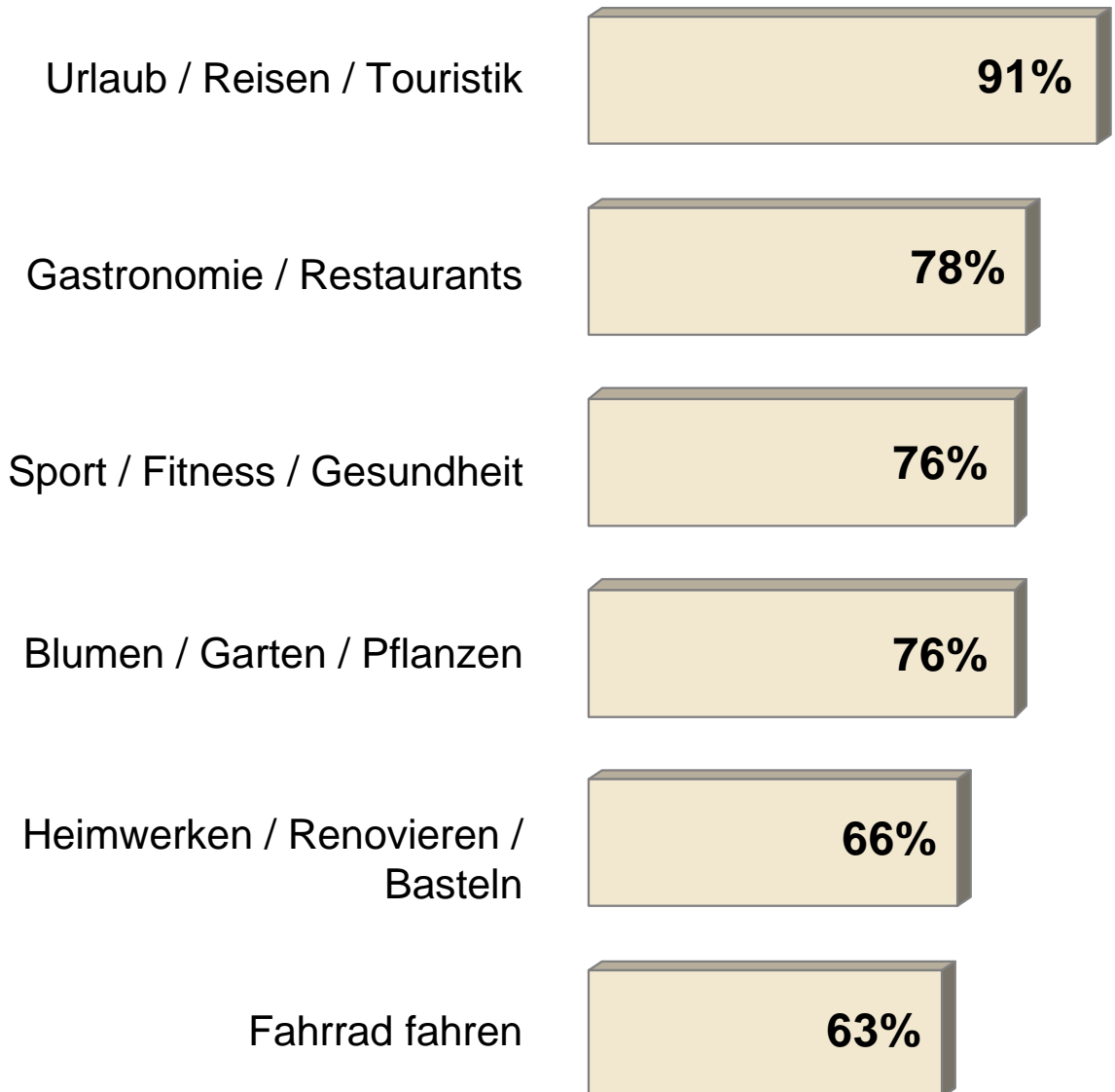
Politik/Finanzen/Gesellschaft

Ich interessiere mich für Informationen aus dem Bereich...



Freizeit

Ich interessiere mich für Informationen aus dem Bereich...



Kultur & Medien

Ich interessiere mich für Informationen aus dem Bereich...

CD / Kassetten / Tonbänder /
Videokassetten / DVD

80%

Bücher / Literatur

73%

Theater / Konzerte /
Museen / Kunst

72%

Kino

67%

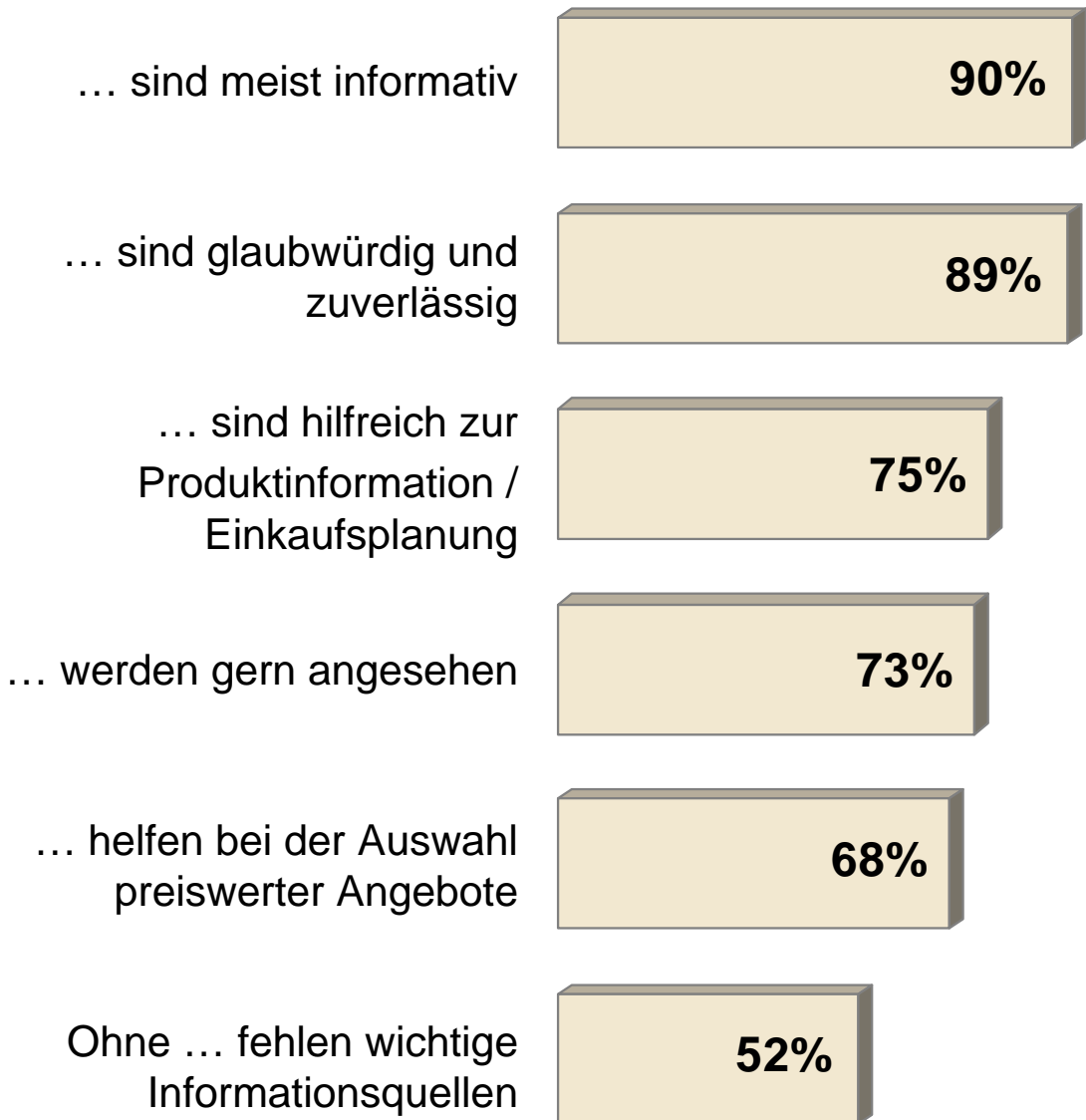
Popmusik / Konzerte / Disco

53%

Prospektbeilagen

Positive Beurteilung*

Prospekte/Beilagen in der Berliner Morgenpost...**

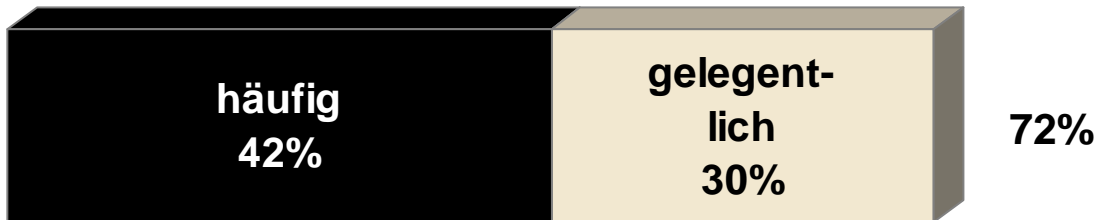


* Zusammenfassung der Antworten „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“

** Mehrfachnennungen möglich

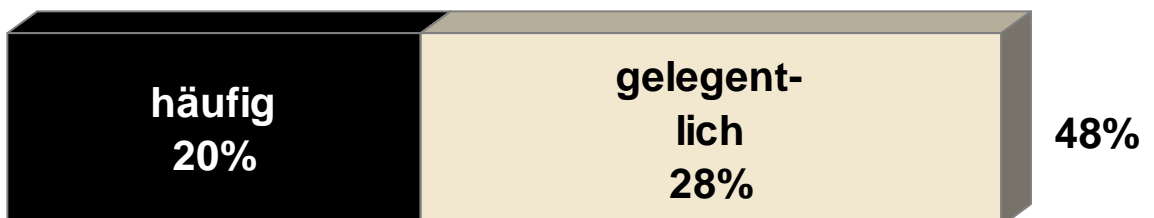
Lese-/Nutzungshäufigkeit

72% der Berliner Morgenpost-Leser nutzen die Prospektbeilagen in ihrer Zeitung.



Aufbewahrung

Etwa die Hälfte der Leser der Berliner Morgenpost heben ihre Prospektbeilagen häufig/gelegentlich auf.



Nutzungskriterien

Ich sehe mir die Prospekte/Beilagen in der Berliner Morgenpost an ...

