

# ÜBER UNS

## / UNSERE MISSION

08/15

Lösungen sind

**NICHT UNSER DING**

Wir denken und handeln out-of-the-box. Dabei steht der Kunde immer im Mittelpunkt und wird von uns mit maßgeschneiderten Kommunikationslösungen ausgestattet.

## / GRÜNDUNG

AM  
**14.04.2016**

wurde die Score Media Group **GEGRÜNDET**

Die Score Media Group hat

**2 STANDORTE:**  
DÜSSELDORF & MÜNCHEN

## / CROSSMEDIA

MIT  
**29**  
VERLAGEN

und

**130**

MEDIENMARKEN

ist die Score Media Group

EINER DER GRÖSSTEN

CROSSMEDIA-VERMARKTER

in Deutschland

## / LEISTUNGSWERTE

**10 MIO.**<sup>1</sup>

verkaufte **AUFLAGE**

**TÄGLICH**

**27 MIO.**<sup>3</sup>

tägliche

**NETTO-REICHWEITE**

Print

**48 MIO.**<sup>2</sup>

**KONVERGENTE**

**GESAMTREICHWEITE**

<sup>1</sup> Quelle: Verkaufte Auflage Score Media Max, eigene Angabe auf Basis IVW/IVW-VA

<sup>2</sup> Quelle: ma Intermedia Plus 2016, Leser/Ausgabe & User/Monat, E14+

<sup>3</sup> Quelle: ma 2017 TZ, E 14+

## FUN FACTS SCORE MEDIA<sup>1</sup>

EINE STRECKE VON

**56.950 KM**

ergäbe sich, wenn man alle Seiten der

**TÄGLICHEN AUFLAGE**

aller Score Media-Titel nebeneinander legt

**1,4**

**WELT-UMRUNDUNGEN**

würden dieser Entfernung entsprechen

ODER

**94**

**HIN- UND RÜCKFAHRTEN**

zwischen den Score-Offices in Düsseldorf und München

**5 LITER**

**KAFFEE**

werden von jedem einzelnen wöchentlich getrunken

**150**

**LÄNDER**

wurden insgesamt von uns **BEREIST**

**39,46**

ist unser **DURCHSCHNITTS-ALTER**

**1 STD.**

am Tag liegen wir auf der **COUCH**

## / SCORE MEDIA IN ZAHLEN

**11**

**SPRACHEN**

sprechen wir **FLIESSEND** (Dialekte sind nicht berücksichtigt)

**300**

**APPS**

nutzen wir insgesamt

**1,7**

**BÜCHER**

würden von uns **WÖCHENTLICH** verschlungen

**4,31 KG**

**SÜSSES & OBST**

essen wir **DIE WOCHE**

<sup>1</sup> Quelle: Score Media Group, eigene Recherche, Stand: Aug 2016

## TAGESZEITUNGEN – QUALITÄT, DIE FÜR SICH SPRICHT

### / REGIONALITÄT

FÜR **64%**

der Bundesbürger ist die Tageszeitung der **WICHTIGSTE LOKALE RATGEBER<sup>2</sup>**

Regionalzeitungen sind im Internet die **WICHTIGSTE INFORMATIONSQUELLE** für lokale Nachrichten

GUT **28%**

der Internetnutzer informieren in den **ONLINE-ANGEBOTEN** der regionalen Tageszeitungen über lokale Nachrichten, die sich mit aktuellen Ereignissen und Themen aus einer Region oder einer Stadt beschäftigen<sup>3</sup>

**39%**

der Bundesbürger bevorzugen die **ONLINE-SEITEN** der lokalen Zeitungen als Informationsquelle<sup>1</sup>

**78%**

der Leser bestätigen den **PRAKTISCHEN EINKAUFS-NUTZEN** von Zeitungswerbung<sup>2</sup>

**50%**

der Deutschen **VERTRAUEN**

dem Content **DER ZEITUNG**, gefolgt vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen mit 23% und nur 8% geben das Internet als vertrauenswürdige Medium an<sup>1</sup>

**40MIN.**

wird die Tageszeitung im Schnitt täglich gelesen.

**EINE KONTAKT-QUALITÄT,**

die für sich spricht<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ZMG Zeitungsqualitäten 2017, E14+

<sup>2</sup> ZMG Zeitungsqualitäten 2016, E14+

<sup>3</sup> Bitkom Research, telefonische Befragung im Juni 2016, E14+

### / REICHWEITE – MEHR ALS NUR DIE PRINTAUSGABE

**78%**

der Bundesbürger (absolut 54 Millionen) lesen die Tageszeitung **GEDRUCKT ODER DIGITAL<sup>2</sup>**

**73%**

der Leser **TEILEN IHRE TAGESZEITUNG** mit anderen. Das macht 2,6 Leser pro Exemplar<sup>1</sup>

### / WERBEMARKTZAHLN TAGESZEITUNGEN<sup>3</sup>

**KNAPP 5 MRD.€**

brutto **INVESTIERTEN DIE WERBUNGSTREIBENDEN** im vergangenen Jahr in Tageszeitungen

BEI **16%**

liegt der Werbemarktanteil der Tageszeitungen. Damit ist die **TAGESZEITUNG DER ZWEITGRÖSSTE WERBETRÄGER** – und ein klar unterschätzter Riese

**4%** haben die **WERBEINVESTMENTS IN DIE GATTUNG TAGESZEITUNG** gegenüber dem Vorjahr zugelegt

<sup>1</sup> ZMG Zeitungsqualitäten 2017, E14+

<sup>2</sup> ZMG Zeitungsqualitäten 2016, E14+

<sup>3</sup> Nielsen 2016