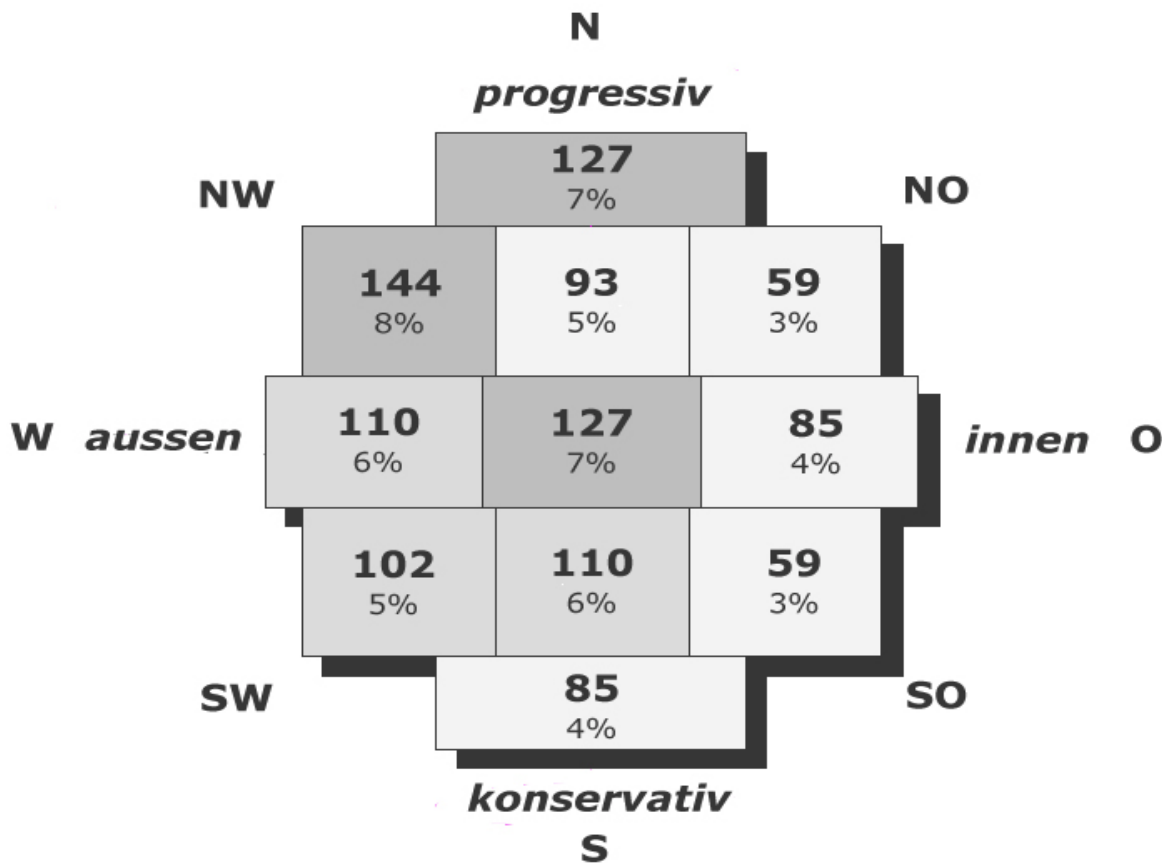


|                   |        |                                   |           |                 |         |
|-------------------|--------|-----------------------------------|-----------|-----------------|---------|
| <b>Leser</b>      | 70'000 | <b>Preis 1/1 Seite s/w netto:</b> | CHF 9'200 | <b>TLP:</b>     | CHF 131 |
| <b>Reichweite</b> | 5.3%   | <b>Preis 1/1 Seite 4-c netto:</b> | CHF 9'200 | <b>TLP:</b>     | CHF 131 |
| <b>Auflage</b>    | 25'708 | <b>Aboanteil</b>                  | 84%       | WEMF beglaubigt |         |

|                                        | Leser  | Reichweite<br>in % | Struktur<br>in % | Affinität |
|----------------------------------------|--------|--------------------|------------------|-----------|
| <b>Geschlecht</b>                      |        |                    |                  |           |
| Männer                                 | 17'000 | 2.6%               | 24%              | 49        |
| Frauen                                 | 54'000 | 7.9%               | 76%              | 148       |
| <b>Alter</b>                           |        |                    |                  |           |
| 14-34 Jahre                            | 33'000 | 6.6%               | 47%              | 124       |
| 35-54 Jahre                            | 27'000 | 5.9%               | 38%              | 111       |
| 55 Jahre und mehr                      | 11'000 | 2.9%               | 15%              | 54        |
| <b>Haushalteinkommen</b>               |        |                    |                  |           |
| bis CHF 4'000                          | 9'000  | 3.1%               | 12%              | 59        |
| CHF 4'000 bis 6'000                    | 15'000 | 5.0%               | 22%              | 94        |
| CHF 6'000 bis 8'000                    | 20'000 | 6.0%               | 29%              | 113       |
| CHF 8'000 und mehr                     | 26'000 | 6.5%               | 37%              | 123       |
| <b>Siedlungsart</b>                    |        |                    |                  |           |
| Stadt/Agglomeration                    | 55'000 | 5.8%               | 78%              | 109       |
| Land                                   | 16'000 | 4.1%               | 22%              | 77        |
| <b>Erwerbstätigkeit</b>                |        |                    |                  |           |
| Vollzeit                               | 35'000 | 5.5%               | 50%              | 103       |
| Teilzeit                               | 13'000 | 9.0%               | 18%              | 170       |
| Ausbildung/Lehre                       | 7'000  | 4.9%               | 10%              | 92        |
| Nicht erwerbstätig                     | 15'000 | 3.9%               | 22%              | 73        |
| <b>Schulbildung</b>                    |        |                    |                  |           |
| Obligatorisch                          | 8'000  | 2.3%               | 12%              | 44        |
| Mittel                                 | 28'000 | 5.3%               | 40%              | 100       |
| Hoch                                   | 34'000 | 7.7%               | 48%              | 146       |
| <b>Lebenswelt</b>                      |        |                    |                  |           |
| Learners                               | 7'000  | 4.9%               | 10%              | 92        |
| Young Nokids                           | 19'000 | 7.2%               | 27%              | 135       |
| Young Withkids                         | 16'000 | 7.1%               | 23%              | 135       |
| Nokids                                 | 14'000 | 4.8%               | 19%              | 91        |
| Withkids                               | 10'000 | 5.1%               | 14%              | 95        |
| Pensioners                             | 5'000  | 2.3%               | 7%               | 44        |
| <b>Interesse sehr stark/eher stark</b> |        |                    |                  |           |
| Kosmetik, Schönheit                    | 29'000 | 9.2%               | 41%              | 174       |
| Kleider und Mode                       | 35'000 | 8.5%               | 50%              | 160       |
| Kunst und Kultur                       | 49'000 | 8.3%               | 69%              | 157       |
| Literatur, Philosophie                 | 37'000 | 8.3%               | 53%              | 156       |
| Wohnen, Möbel                          | 42'000 | 7.8%               | 59%              | 147       |
| Psychologie                            | 37'000 | 7.4%               | 53%              | 140       |
| Rock- und Popmusik                     | 40'000 | 6.9%               | 56%              | 130       |
| Leben von Prominenten                  | 13'000 | 6.6%               | 19%              | 125       |
| Jazz                                   | 26'000 | 6.5%               | 37%              | 124       |

|                   |        |                                   |                     |             |         |
|-------------------|--------|-----------------------------------|---------------------|-------------|---------|
| <i>Leser</i>      | 70'000 | <i>Preis 1/1 Seite s/w netto:</i> | CHF 9'200           | <i>TLP:</i> | CHF 131 |
| <i>Reichweite</i> | 5.3%   | <i>Preis 1/1 Seite 4-c netto:</i> | CHF 9'200           | <i>TLP:</i> | CHF 131 |
| <i>Auflage</i>    | 25'708 | <i>Aboanteil</i>                  | 84% WEMF beglaubigt |             |         |



Medien-Radar-Reichweite in der französischen Schweiz: 5%; LK2: Lese fast jede oder fast jede zweite Nummer.

Jedes der 11 Felder des Psychogramms wird durch bestimmte Werthaltungen charakterisiert (die ihrerseits ganz bestimmte Lebens- und Konsumstile zur Folge haben)!

### Was bedeuten die Psychogramm Felder?

- N** Progressive Szene "Turnschuhgeneration", Risikofreude, Reisefreudigkeit
- NW** Yuppiland, Hedonismus "in", Action/Fun, to be a winner
- W** Materialisten -extravertiert Abwechslung, Unterhaltung, Haus, Auto, Ferien
- SW** Kleinbürgerliche Ecke, Eigentum hegen und pflegen, einfach, volkstümlich, Recht und Ordnung im Staat
- S** Treu der Heimat, "Urschweizer", Heimat wichtig, bereit zur Landesverteidigung
- SO** Christliches Lager, traditionsbewusst, religiös, Bescheidenheit, moral
- O** Idealisten, Erfüllung in Literatur, Kunst, hohe Bildung, schwieriger, interessanter Markt
- NO** Alternativkultur 68er Gedankengut "man braucht was man hat", Ablehnung bürgerlicher Werte