



Frankfurter Allgemeine  
**MEDIA SOLUTIONS**

---

Die F.A.S. kommt bestens an  
Ergebnisse des F.A.S. Copytests vom 5. Juli 2015

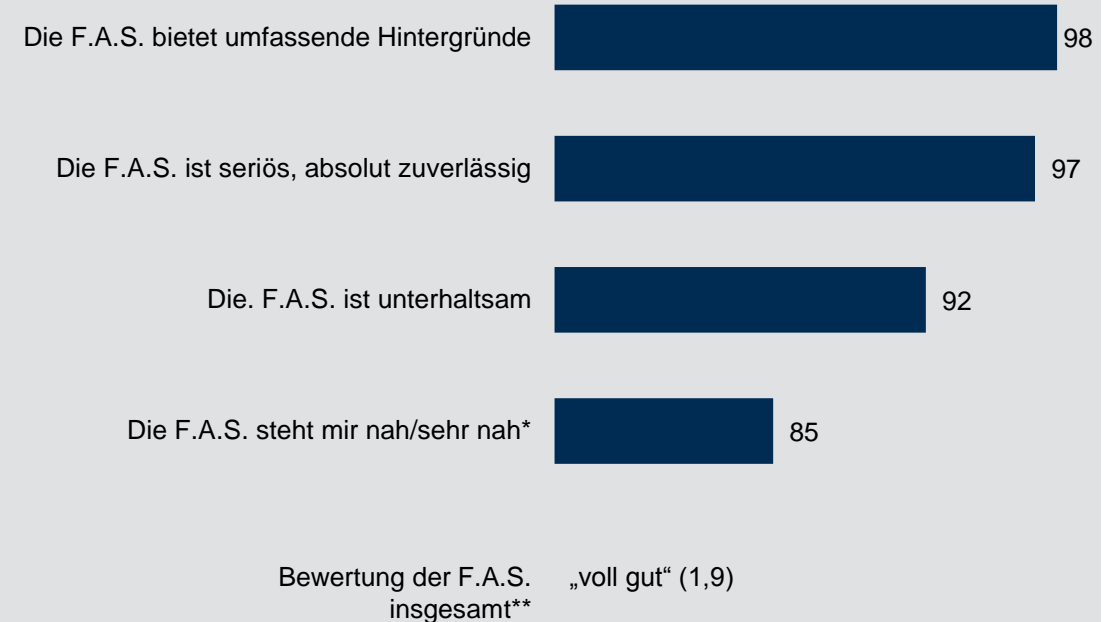
# Enge Bindung und hervorragende Bewertung

## Leser-Blatt-Bindung

Die Abonnenten der F.A.S. stehen ihrer Wochenzeitung nahe und schätzen sie sehr: Sie vertrauen der Berichterstattung, fühlen sich bestens informiert und unterhalten. Insgesamt geben sie ihr die Schulnote „voll gut“ (1,9) – in so einem glaubwürdigen und hochgeschätzten Umfeld kommt auch Markenwerbung bestens an.

### Leser-Blatt-Bindung

Anteil (in %)



\*Ausprägung A-C einer Skala bis G; \*\*Schulnoten von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend  
Quelle: F.A.S. Copytest, Juli 2015

# Das Editorial Design überzeugt

## Layout-Beurteilung

Modern, übersichtlich und eigenständig – so bewerten die Abonnenten den Look der F.A.S. Die schon mehrfach für ihr Editorial Design ausgezeichnete Zeitung ist also in den Augen ihrer Leser noch schöner geworden. Insgesamt gefällt ihnen das Layout gut.

### Das F.A.S.-Layout ist ...

Anteil (in %)



Bewertung des Layouts insgesamt\*\* „gut“ (2,3)

\*Top-3-Boxes einer 6er-Polaritätenskala; \*\*Schulnoten von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend  
Quelle: F.A.S. Copytest, Juli 2015

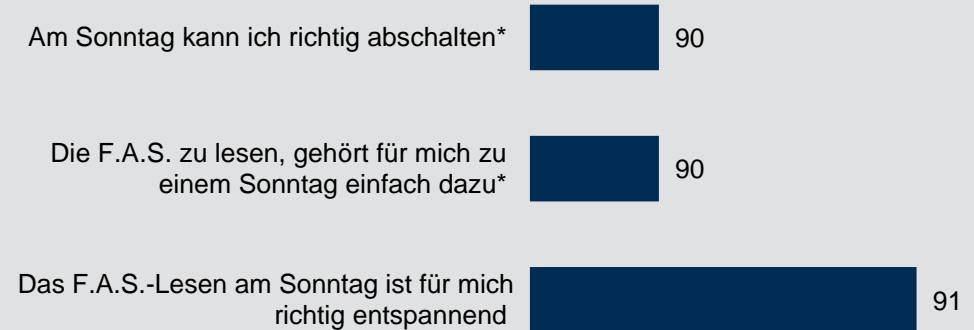
# Unverzichtbar für das besondere Sonntagsgefühl

## Nutzungssituation

Der Sonntag ist für F.A.S.-Abonnenten ein Tag der Erholung, auf den sie sich die ganze Woche freuen. Und sie verbringen ihn am liebsten mit ihrer Wochenzeitung: Die F.A.S. gehört zu einem perfekten Sonntag einfach dazu. Von dieser entspannten Lektüresituation profitieren Anzeigen in der F.A.S.

### Nutzungssituation

Anteil (in %)



\*Stimme voll und ganz/überwiegend zu (Top-2-Boxes einer 4er-Skala)

Quelle: F.A.S. Copytest, Juli 2015

# Intensive und wiederholte Lektüre

## Nutzungsintensität

Für die F.A.S. nimmt man sich Zeit – und vergisst sie bei der Lektüre auch mal. Durchschnittlich lesen die Abonnenten die Zeitung pro Ausgabe mehr als 2 Stunden und nehmen sie gleich mehrmals zur Hand. Die Zeitung – inklusive der Anzeigen in diesem Umfeld – wird also intensiv genutzt.

### Nutzungssituation

Anteil (in %)

Bei der Lektüre der F.A.S. kann ich die Zeit richtig vergessen\* 75

Sonntags habe ich mehr Zeit zum Zeitungslesen als unter der Woche\* 73

Durchschnittliche Lesedauer: 138 Minuten

Zur-Handnahme der Ausgabe (Durchschnitt): 2,4 Mal

\*Stimme voll und ganz/überwiegend zu (Top-2-Boxes einer 4er-Skala)

Quelle: F.A.S. Copytest, Juli 2015

# Hoch geschätzt und intensiv genutzt

## Fazit

- Die Leser haben eine hohe Bindung an ihre Sonntagszeitung und schätzen sie sehr.
- Das Layout kommt gut an; es wirkt modern und übersichtlich.
- Die F.A.S. ist für die Abonnenten fester Teil ihres entspannenden Sonntagsrituals.
- Für die Lektüre nehmen sich die Abonnenten viel Zeit (durchschnittlich 138 Minuten).

Für Markenkommunikation bietet die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung damit glaubwürdige Umfeldler, die intensiv und entspannt rezipiert werden.



# Der F.A.S. Copytests 2015

## Überblick

- **Grundgesamtheit:**  
Abonnenten der F.A.S. am 5. Juli 2015
- **Untersuchungsgebiet:**  
Bundesrepublik Deutschland gesamt
- **Stichprobe:**  
Repräsentative Stichprobe von Abonnenten-Haushalten;  
Zufallsauswahl unter den Lesern im Alter ab 14 Jahren
- **Methode:**  
Persönlich-mündliche Interviews
- **Fallzahl:**  
205 Interviews
- **Testverfahren:**  
Durchgehen aller Testanzeigen-Seiten der Zeitung mit dem Befragten, für Testanzeigen wurde gefragt:
  - ob sie beachtet
  - ob der Firmenname bemerkt und
  - ob der Anzeigentext gelesen wurde
- **Erhebungszeitraum:**  
6. bis 10. Juli 2015
- **Konzept und Durchführung:**  
GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG,  
Frankfurt am Main
- **Auftraggeber:**  
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt am Main

# Wir beraten Sie gerne

## **Büro Berlin**

Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Thüringen  
Telefon: +49 30 20618-320  
E-Mail: berlin-sales@faz.de

## **Büro Düsseldorf**

Nordrhein-Westfalen  
Telefon: +49 211 8622-6320  
E-Mail: duesseldorf-sales@faz.de

## **Büro Frankfurt**

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland  
Telefon: +49 69 7591-3220  
E-Mail: frankfurt-sales@faz.de

## **Büro Hamburg**

Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen  
Telefon: +49 40 3095-6320  
E-Mail: hamburg-sales@faz.de

## **Büro München**

Bayern, Baden-Württemberg  
Telefon: +49 89 2865-3820  
E-Mail: muenchen-sales@faz.de

## **Team International Sales**

Telefon: +49 69 7591-2523  
E-Mail: international-sales@faz.de

## **Team Digital Sales**

Telefon: +49 69 7591-1321  
E-Mail: digital-sales@faz.de

## **Für Stellenangebote und Employer-Branding-Anzeigen:**

### **Büro Frankfurt**

Telefon: +49 69 7591-3452  
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

### **Büro Berlin/Hamburg**

Telefon: +49 40 3095-312  
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

### **Büro Stuttgart**

Telefon: +49 711 16625-302  
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

### **Büro Düsseldorf**

Telefon: +49 211 86226-311  
E-Mail: stellenmarkt@faz.de

## **Anschrift des Verlages**

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Media Solutions  
60267 Frankfurt am Main  
Telefon: +49 69 7591-2520  
E-Mail: media-solutions@faz.de