

INHALT

Facts.....	2
Internet.....	3
Auflagen / Distribution	4-6
Leserschafts-Struktur.....	7-8
Preis / Leistung.....	9
Konsummerkmale.....	10
MACH-Radar.....	11-13
Führungskräfte.....	14-20

DIE FACTS AUF EINEN BLICK



PANORAMA-Livepaper
 auf www.raiffeisen.ch/livepaper

Erscheinungsweise

6 x pro Jahr

Erscheinungsdaten 2010

17. Februar

13. Oktober

14. April

15. Dezember

07. Juni

01. September

Auflage total (WEMF September 2009)

574'437 Exemplare

Ausgabe deutsch

424'370 Exemplare

Ausgabe französisch

95'732 Exemplare

Ausgabe italienisch

54'335 Exemplare

Anzeigenpreis Gesamtauflage

1/1 Seite (s/w oder farbig)

Fr. 15'210.- (- 10% Sprachrabatt, D/F/I)

INTERAKTIVES LIVEPAPER

auf www.raiffeisen.ch



Protector Jacket 1122121 | DINOPI

High-Tech-Skiparka aus wasser- und winddichtem Material in 3-Lage-Struktur. Praktisches Karabiner-Schliesensystem und Fehlfunktionsschutz.

Schöffel
www.schoeffel.com

Bringen Sie die Karte noch heute auf die Post... oder bestellen Sie Ihr Exemplar per E-Mail: mailbox@pronatura.ch oder unter Tel. 061 317 91 91.

Pro Natura - für mehr Natur, überall! Pro Natura ist mit über hunderttausend Mitgliedern die führende Naturschutzorganisation des Schweiz. Unter dem Motto «Für mehr Natur – überall!» verteidigt Pro Natura engagiert und kompetent die Interessen der Natur. Sie setzt sich entschlossen für die Förderung und den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein.

MENSCH

discher Artisten, ist innerhalb von 20 Jahren ein weltumspannendes Unterhaltungsimperium mit 2500 Beschäftigten und einem geschätzten Umsatz von 500 bis 600 Millionen US-Dollars geworden. Die geschäftstüchtige Truppe macht regelmäßig auch in der Schweiz Halt. Das nächste Mal Anfang November mit dem Programm «Der Name» im Zürcher Hallenstadion. Ihr Zirkusgeschick entlegten sie auch der Wiener Multimedialästet André Heiler. «Fakultätkritik! Das magische Zirkusereignis vom Kontinent des Staubeis» gastierte von Mitte September bis Ende Oktober in Zürich.

Salto Natale
Devon roff Kreins Leben gerufene Salto Natale, der «Circus der anderen Art», hat seit 2002 mit vier unterschiedlichen Programmen über eine

Viermillionen Besucher in seine Zelte gehockt. Da wird jeweils mit grossem organisatorischem Aufwand in den Städten Zürich und Bern nicht nur Zirkusartist der freien Art geübt, auch kulturelle Leckereien und das «Gesellschaftliche» kommen nicht zu kurz. «Symfonien», so heisst die designte Show, ist eine Synthese von Artistik, Musiktheater, Ballett und Circusarten.

Der Frankokanadier Guy Caron führt Regie und bringt eine schrille Show ins Zirkuszelt. Umrahmt wird das Spektakel vom farbigen Bühnenbild Rolf Krings. Kein Wunder, bündeln ganze Firmen für ihr Personal einen Abend bei «Salto Natale» oder ermöglichen wie die Raiffeisenbanken (siehe Kapitel) ihren Kunden einen speziellen Winterabend im Zirkuszelt. Das Gesamtergebnis spielt dabei eine mindestens so grosse Rolle wie das Geschehen im Zirkuszelt.

Schweizer Zirkusfestival? Es gibt angelegene Zirkusfreunde, die ob dieser Entwicklung Richtung Show und Varieté unglücklich sind. Wenn vor ihnen keine Tiere durch die Arena rennen und das Sagemehr nicht in der Nase juckt, ist das für sie kein richtiger Zirkus mehr. «Ich bin da nicht so streng», sagt Zirkusoperette Andi Schütz. «Vielen Zirkusantreibern langfristige überleben, müssten sie sich immer wieder Neues einfallen lassen. Der moderne Zirkus hat für Schutz weiterhin eine grosse Zukunft. Er selbst trümt von der Durchdringung eines Schweizerischen Zirkusfestivals. Wenn er hierfür die finanziellen Mittel bestimmen hat, will er während drei bis vier Tagen das erste Festival dieser Art mit Schweizer Gewicht auf Schweizer Artisten und den besten Nummern aus Schweizer Zirkussen realisieren.»

■ MARKUS BÖHNER

Der Circus der anderen Art von Grogger und Rolf Krings

SALTO & NATALE

Zürich-Kloten, 15. Nov.–31. Dez. 2007
Bern, 16. Jan.–10. Feb. 2008

5 Jahre Jubiläum!

Sponsor
RAIFFEISEN

Bestellkupon
Namen, Erstanrede oder Fax an das Callcenter, werden keine Buchungsgebühren belasten.

Datum	Zeit	Kategorie	Preis
Dienstag, 19. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 88.00
		2. Kategorie	CHF 68.00
Mittwoch, 20. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 88.00
		2. Kategorie	CHF 68.00
Freitag, 22. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 98.00
		2. Kategorie	CHF 78.00
Sonntag, 24. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 88.00
		2. Kategorie	CHF 68.00
Freitag, 29. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 88.00
		2. Kategorie	CHF 68.00
Freitag, 30. Nov.	19.00	1. Kategorie	CHF 88.00
		2. Kategorie	CHF 68.00

Nachname/Vorname: _____
Strasse/Nr.: _____
PLZ/Ort: _____
Telefon: _____
E-Mail: _____
Datum: _____
Unterschrift: _____

Ich bin Mitglied bei der Raiffeisenbank

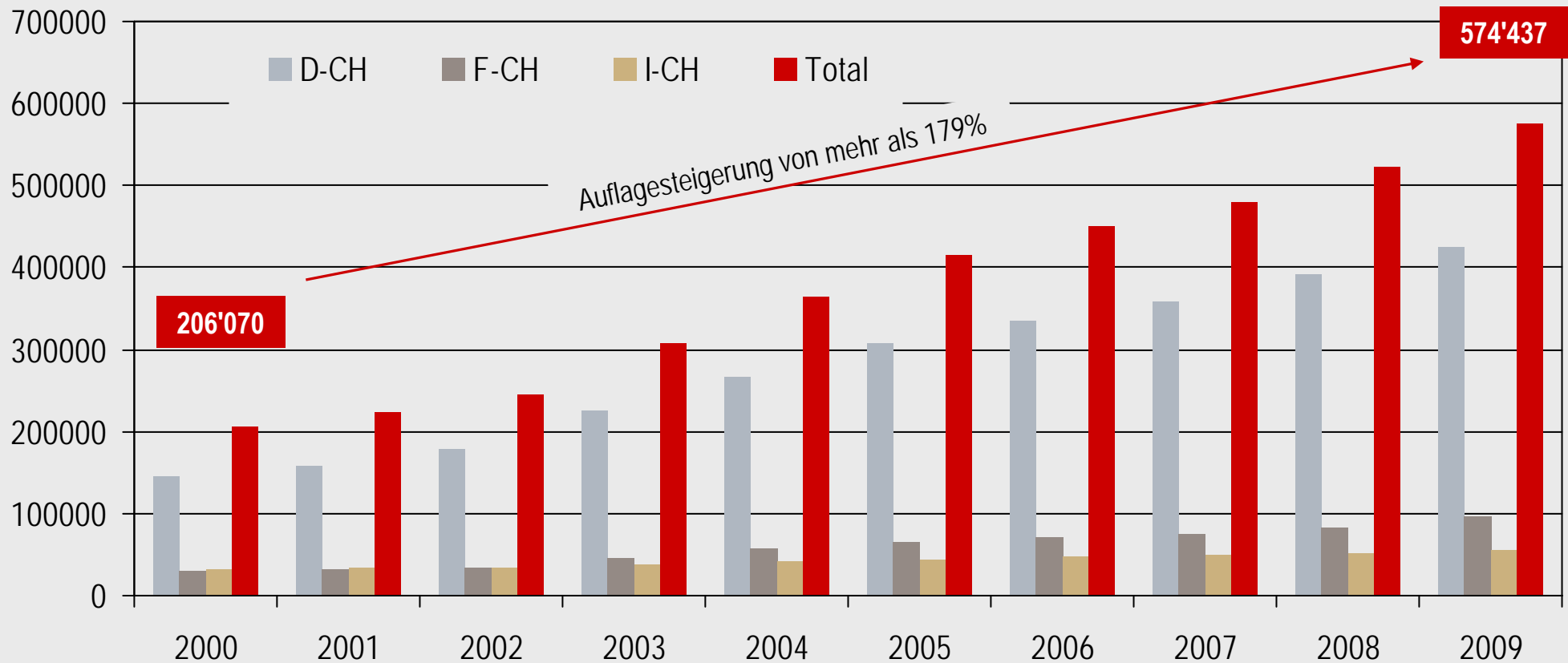
Dieser Tahn bitragsvollständig ausgefüllt an folgende Adresse schicken:
Salto Natale Entertainment AG, Gewerbestrasse 16, 8132 Egg ZH
oder per Fax: 043 144 77 79

Bestellungen für Orchester/Akustik und Specials bitte direkt normaler Konditionen unter: 044 88 55 22 oder www.saltonatale.ch

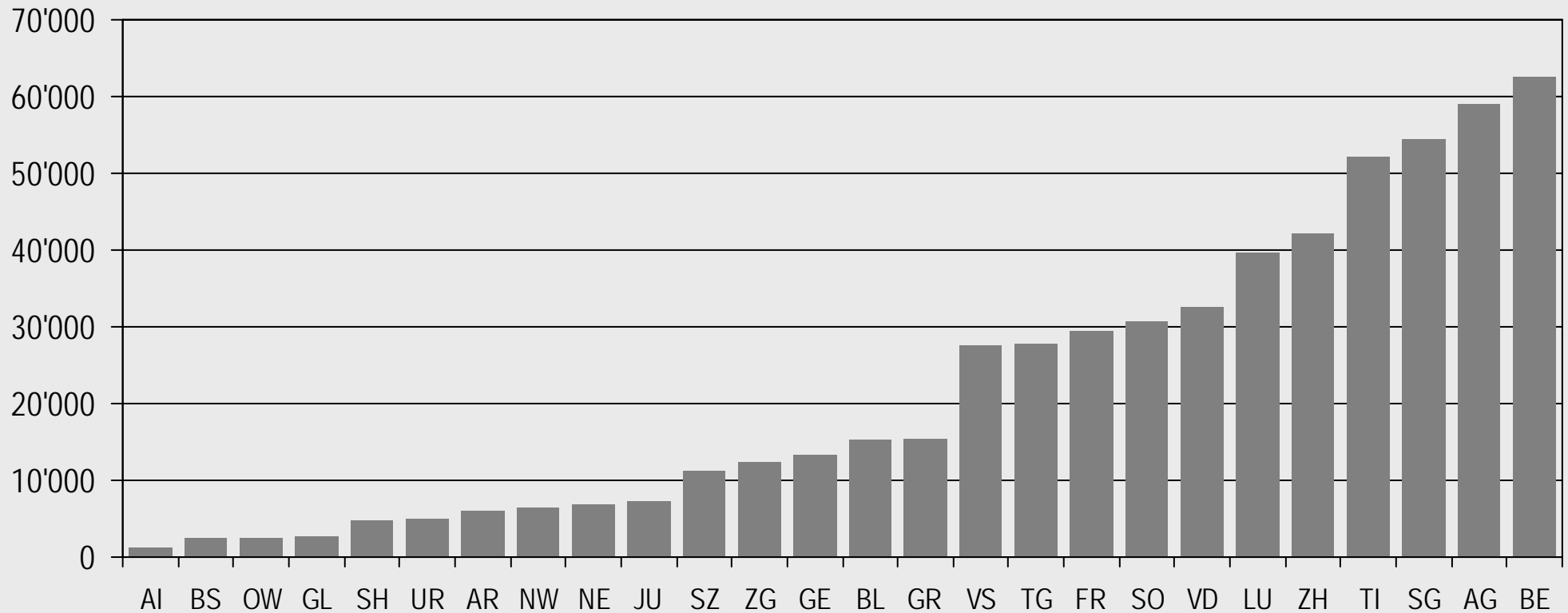
Synfonien: 5 Jahre Salto Natale – eine Satire auf ein Jubiläum
Stoffe aus der Welt des Zirkus, des grossen Theaters, des Musicals
präsentieren sich in bunter Mischung. Ironie und Witz sind angesagt.

RAIFFEISEN

AUFLAGEN-ENTWICKLUNG



REGIONALE DISTRIBUTION



WOHNORT

Reichweiten in den Landesteilen

Kunden Raiffeisenbank mit Besitz von Hypotheken oder Immobilien

Grundgesamtheit (MACH Consumer 2010-1)

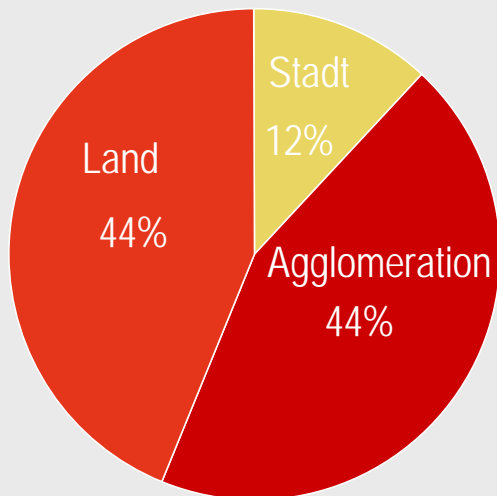
Deutschschweiz	4'293'000
Westschweiz	1'395'000
*Tessin	276'000

*Nur Kunden Raiffeisen

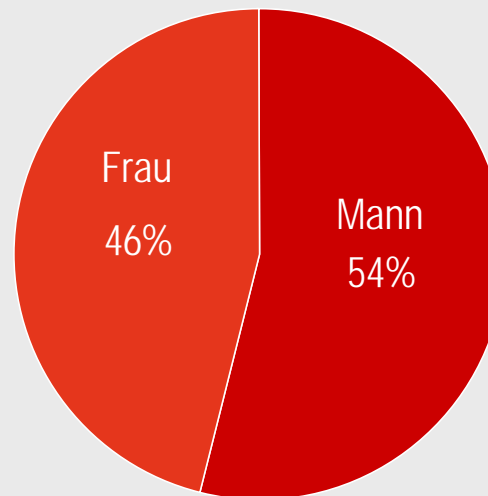


WOHNORT / PERSONENMERKMALE

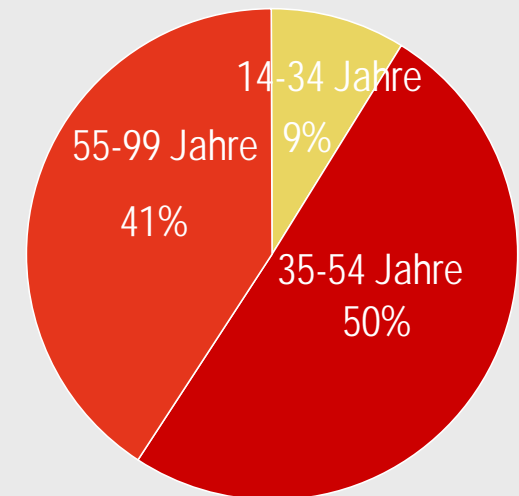
Siedlungsart



Geschlecht

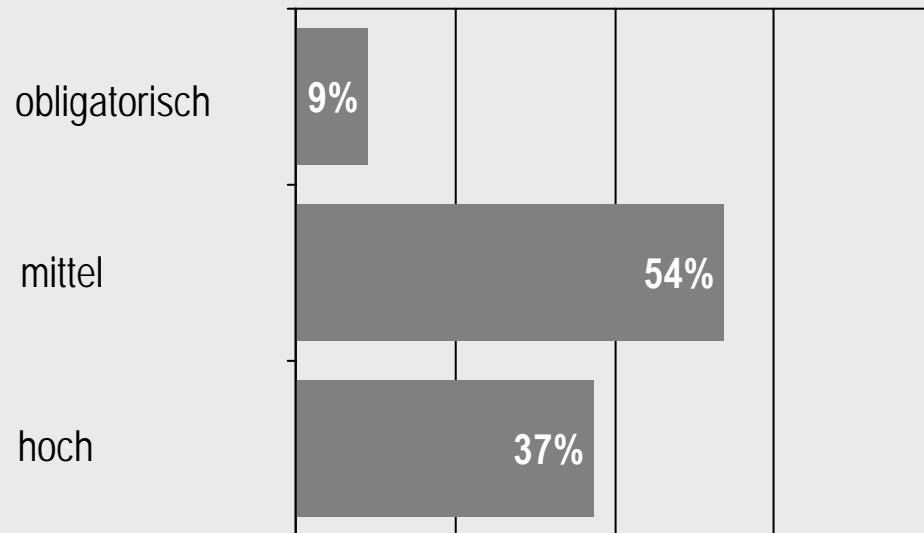


Alter

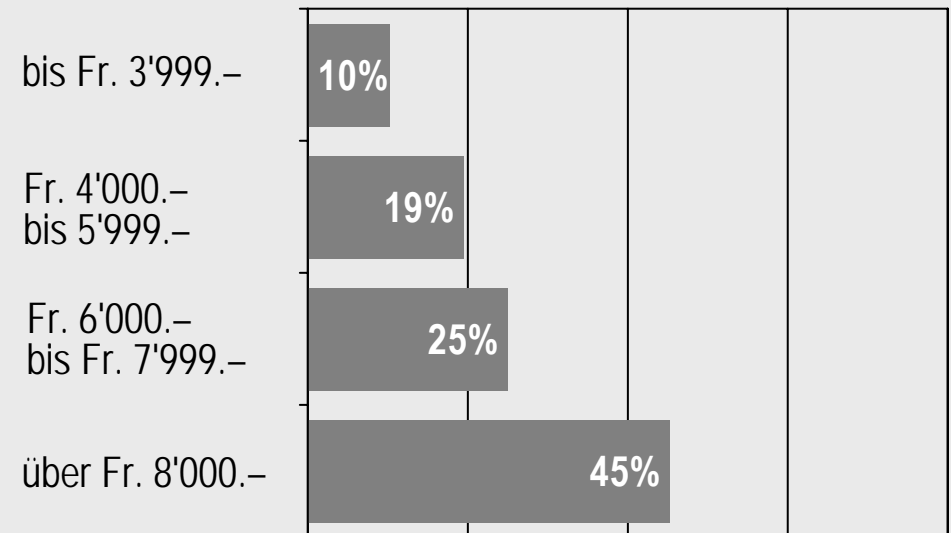


Schulbildung / Einkommen

Schulbildung



Einkommen



KOSTEN JE 1'000 EXEMPLARE / LESER

DEUTSCHSCHWEIZ

WESTSCHWEIZ

TESSIN

DEUTSCHSCHWEIZ				WESTSCHWEIZ				TESSIN			
	Auflage	1/1 4f.	1000-EP		Auflage	1/1 4f.	1000-EP		Auflage	1/1 4f.	1000-EP
Migros-Magazin	1'568'210	30'903	19.71	Coopération	601'036	14'088	23.44	PANORAMA	54'335	1'430	26.32
Coop-Zeitung	1'806'370	34'876	19.31	Migros-Magazine	508'186	13'274	26.12	Cooperazione	121'115	5'044	41.65
PANORAMA	424'370	11'180	26.34	PANORAMA	95'732	2'600	27.16	Azione	99'290	6'328	63.73
Das Magazin*	500'000	25'490	50.98	Femina	201'036	22'990	114.36	Illustrazione Ticinese	130'752	10'945	83.71
Beobachter	308'527	22'698	73.57	CS-Bulletin	27'704	3'600	129.95	CS-Bulletin	7'521	1'850	245.98
CS-Bulletin	90'568	9'850	108.76	Illustré	90'635	18'700	206.32				
NZZ Folio	197'469	23'800	120.53	L'Hebdo	46'010	12'900	280.37				
Schweiz. Illustr.	204'856	26'310	128.43								
	Leser	1/1 4f.	1000-LP		Leser	1/1 4f.	1000-LP		Leser	1/1 4f.	1000-LP
Coop-Zeitung	2'652'000	34'876	13.15	PANORAMA	177'000	2'600	14.69	PANORAMA	117'000	1'430	12.22
Migros-Magazin	2'312'000	30'903	13.37	Migros-Magazine	601'000	13'274	22.09	Cooperazione	142'000	5'044	35.52
PANORAMA	698'000	11'180	16.02	Coopération	552'000	14'088	25.52	Azione	122'000	6'328	51.87
Beobachter	945'000	22'698	24.02	Illustré	356'000	18'700	52.53	Illustrazione Ticinese	146'000	10'945	74.97
Schweiz. Illustr.	932'000	26'310	28.23	Femina	388'000	22'990	59.25	CS-Bulletin	-	1'850	-
NZZ Folio	640'000	23'800	37.19	Hebdo, L'	216'000	12'900	59.72				
Das Magazin	681'000	25'490	37.43	CS-Bulletin	-	3'600	-				
CS-Bulletin	-	9'850	-								

SPANNENDES LESERPOTENZIAL

Kunden Raiffeisenbank mit Besitz von Hypothek oder Immobilien:
 917'000 Personen in der gesamten Schweiz = 100%

		Affinität
Ich lege grossen Wert auf gute Ausstattung und guten Komfort im Auto.	65%	99
Besitzen 2 oder mehr Autos im Haushalt	41%	134
Planen ein Auto zu kaufen	19%	112
Grosszügiges Wohnen: Leben in 5 und mehrer Zimmern	69%	163
Ich beschäftige mich häufig mit der Verschönerung meiner Wohnung / meines Hauses	55%	106

SEGMENTATION NACH WERTHALTUNGEN

Einstellungen und Werthaltungen, die auf Panorama-Leser:

nicht zutreffen

zutreffen

NORDWEST

Hedonismus	Technik
Extraversion	Materialismus
Jugendlichkeit	Rational
Erotik	Eskapismus

NORD

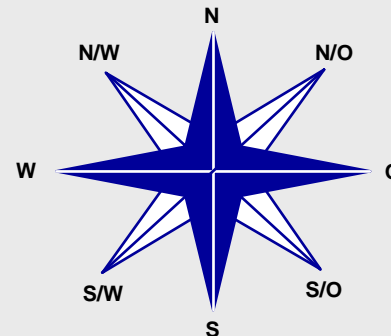
Risikofreude	Freizeitorientierung
Ausgabefreude	Eskapismus
Nonkonformismus	Sozialismus
Informell	Romantik

NORDOST

Nonkonformismus	Risikofreude
Sozialismus	Romantik
Wirtschaftskritisch	Ausgabefreudig
Informell	Unordentlich

WEST

Materialismus	Rational
Hedonismus	Sauberkeit
Technik	Jugendlichkeit
Extraversion	Konformismus



OST

Wirtschaftskritisch	Introversion
Bescheidenheit	Unordentlich
Härte	Reserviertheit
Informell	Nonkonformismus

SÜDWEST

Konformismus	Verwurzelung
Sauberkeit	Moral
Materialismus	Convenience
Egoismus	Friedfertigkeit

SÜD

Verwurzelung	Puritanismus
Friedfertigkeit	Moral
Volkstümlich	Reserviertheit
Introversion	Konformismus

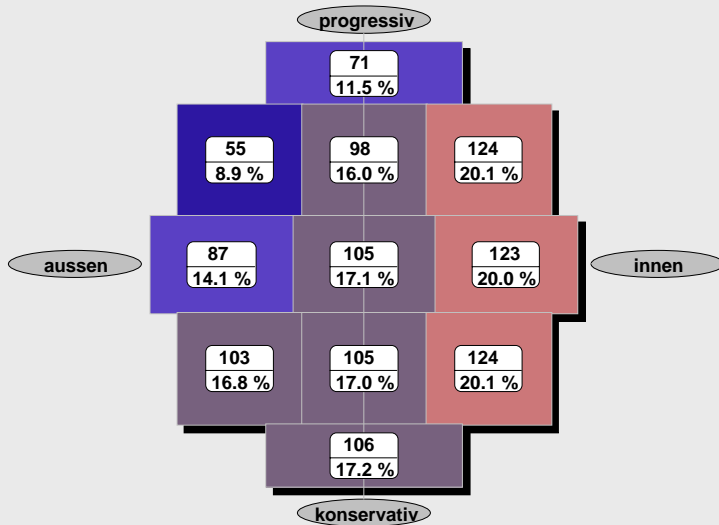
SÜDOST

Puritanismus	Moral
Introversion	Wirtschaftskritisch
Bescheidenheit	Härte
Reserviertheit	Verwurzelung

POSITIONIERUNG NACH WERTHALTUNGEN

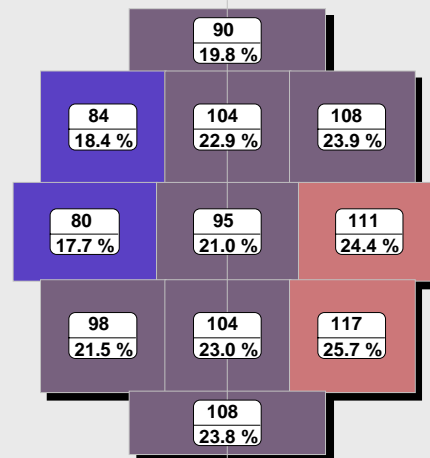
Kunde Raiffeisen Bank und Hypotheken, Immobilien oder Grundbesitz

In der Deutschschweiz 16.3%



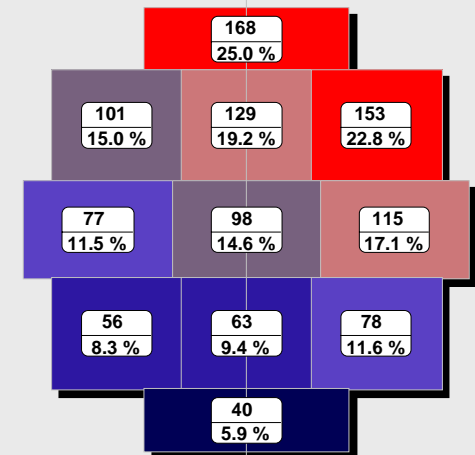
Beobachter

Reichweite 22.0%



NZZ Folio

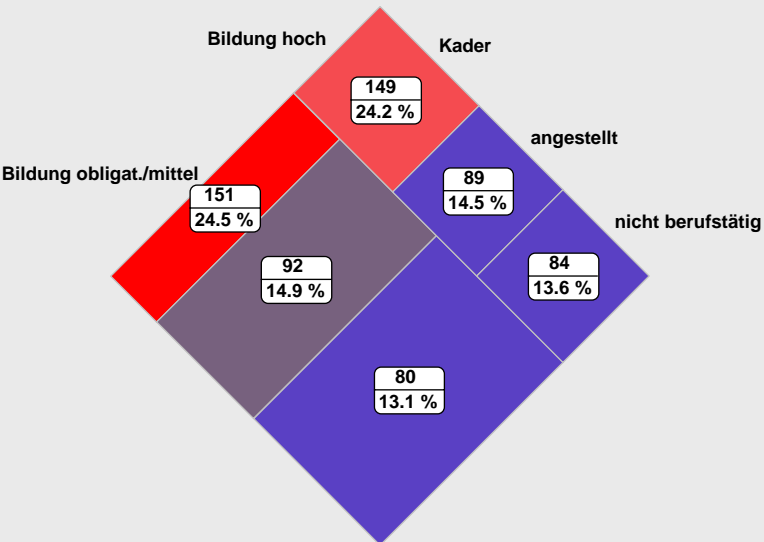
Reichweite 14.9%



POSITIONIERUNG NACH BILDUNG UND BERUFLICHER STELLUNG

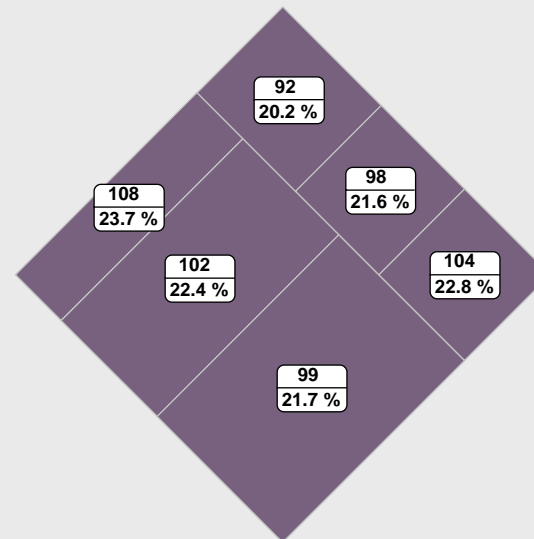
Kunde Raiffeisen Bank und Hypotheken, Immobilien oder Grundbesitz

In der Deutschschweiz 16.3%



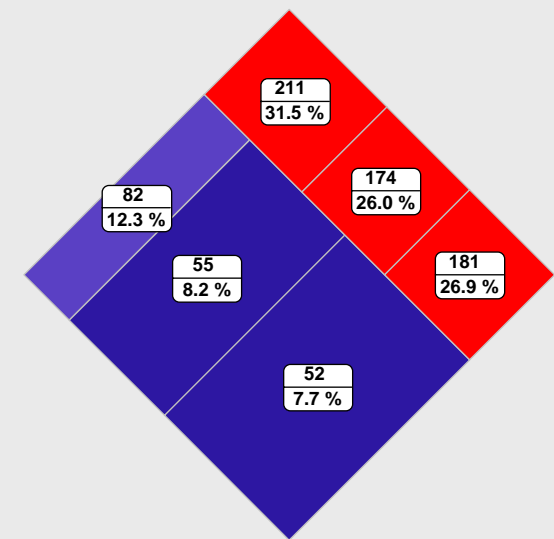
Beobachter

Reichweite 22.0%



NZZ Folio

Reichweite 14.9%



DIE PREMIUM-ZIELGRUPPE

Leader ist, wer...

- in der Deutschschweiz wohnt, mindestens 20 Jahre und voll- oder teilzeitlich erwerbstätig ist und
- ein persönliches Brutto-Jahreseinkommen von mindestens CHF 100'000.– erzielt und
- selbstständig ist und ein Unternehmen mit mindestens 4 Beschäftigten führt oder
- freiberuflich tätig ist und über eine höhere formale Ausbildung verfügt oder
- in leitender Position in der Privatwirtschaft oder im öffentlichen Dienst angestellt ist oder
- einen akademischen Beruf in der Privatwirtschaft oder im öffentlichen Dienst ausübt und eine höhere formale Ausbildung absolviert hat.

Top Leader ist, wer nebst den Leader-Merkmalen zusätzlich ...

- ein persönliches Brutto-Jahreseinkommen von mindestens CHF 100'000.– erzielt und
- Arbeitgeber von mindestens einem Mitarbeitenden ist oder
- Vorgesetzter von mindestens einem Mitarbeitenden ist oder
- Vorgesetzter von mindestens einem Mitarbeitenden ist

MEDIENNUTZUNG VON FÜHRUNGSKRÄFTEN



Führungskräfte in der Wirtschaft und Verwaltung sind anspruchsvolle und zielorientierte Persönlichkeiten, die sich im Berufs- und Privatleben hohe Standards gewohnt sind.

Die MA Leader 2009 wird von der WEMF AG für Werbemedienforschung in Zusammenarbeit mit den beteiligten Verlagen herausgegeben. Sie informiert neutral und vergleichend über die Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften in der Zielgruppe der Führungskräfte. Ergänzt werden die Mediendaten durch eine Vielzahl von Informationen zu Person und beruflicher Tätigkeit der Leader-Zielgruppe.

LEADER – EIN INTERESSANTES LESERPROFIL

Basis: 43'000 Panorama-Leader = 100% (+ 53.6% zum Vorjahr)

Von 233'000 Leader in der Deutschschweiz lesen **18.4%** oder 43'000 das Panorama

davon...

...arbeiten **31%** in der Geschäftleitung

...besitzen **80%** eine Liegenschaft

...haben **16%** ein eigenes Ferienhaus / Ferienwohnung

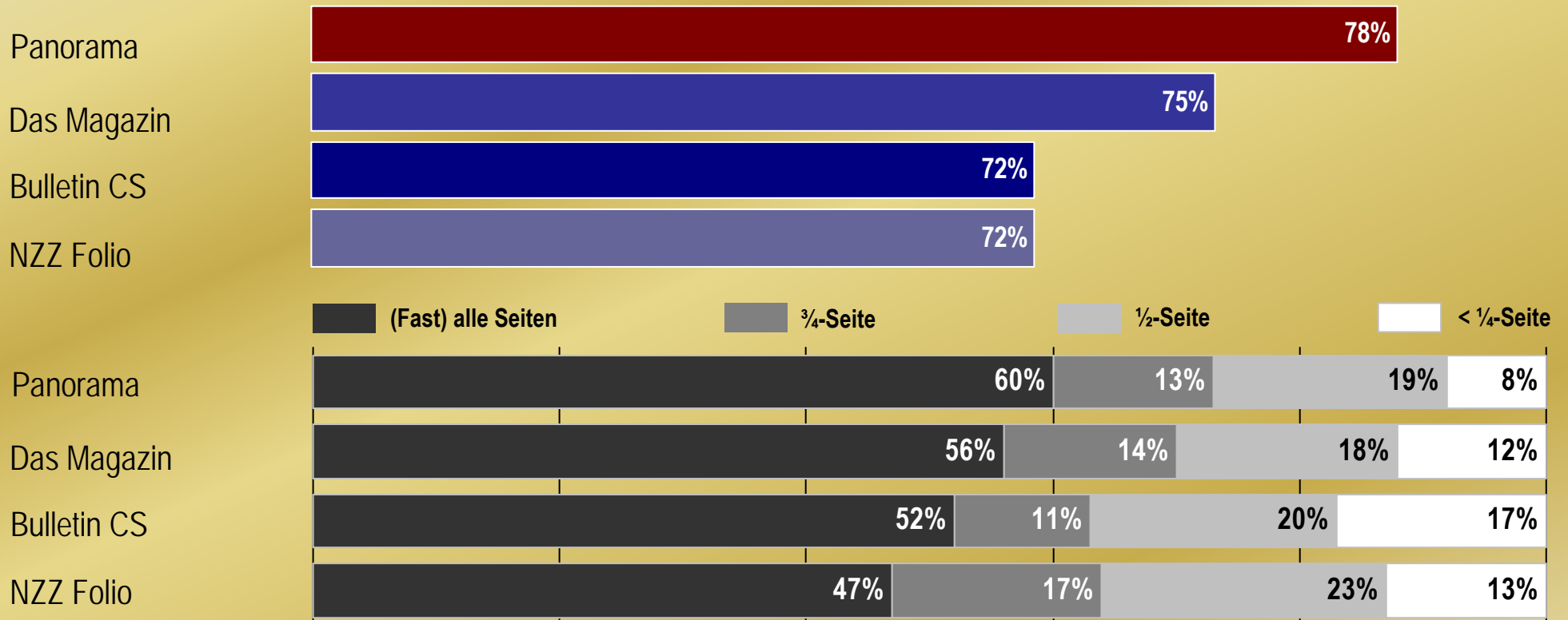
...verfügen **36%** über einen gut ausgestatteten Weinkeller

...sind **43%** im Besitz eines exklusiven Autos (Mittelklasse, obere Mittelklasse oder Luxusklasse)



Lesemenge pro Ausgabe

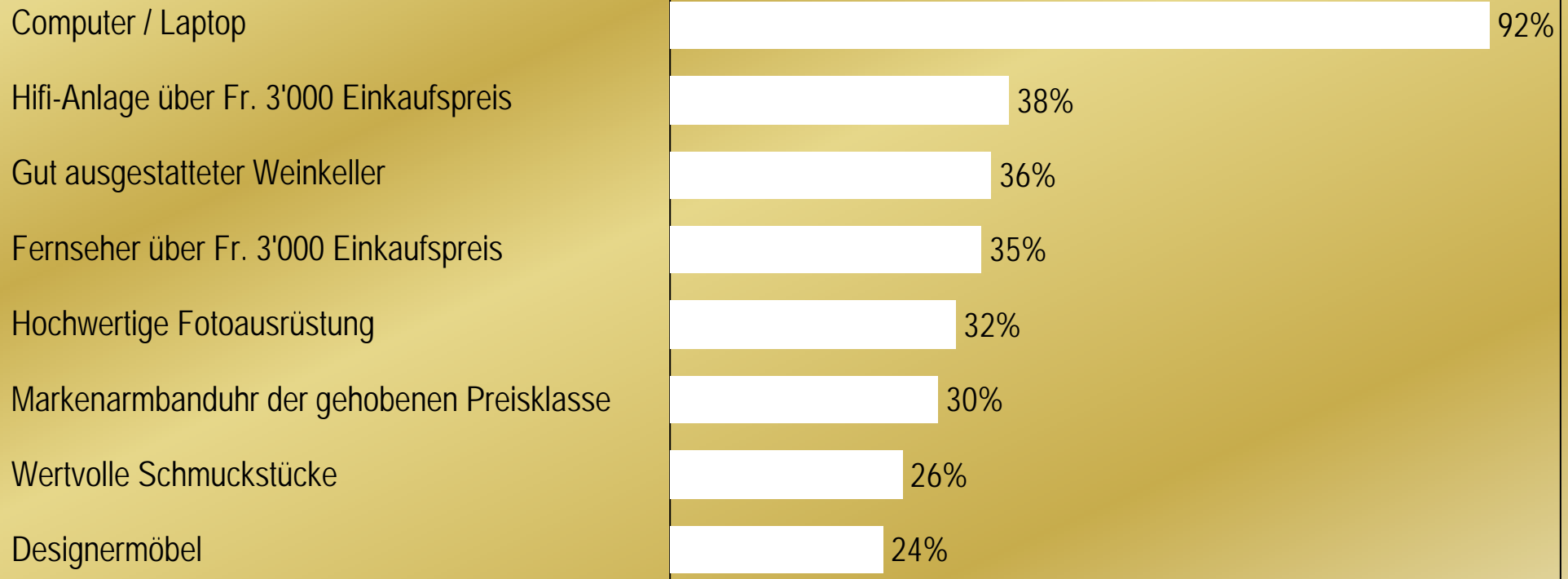
Ø Anteil der beachteten Seiten



GEHOBENER LEBENSSTIL PANORAMA-LEADER

Besitz von Gütern im Haushalt

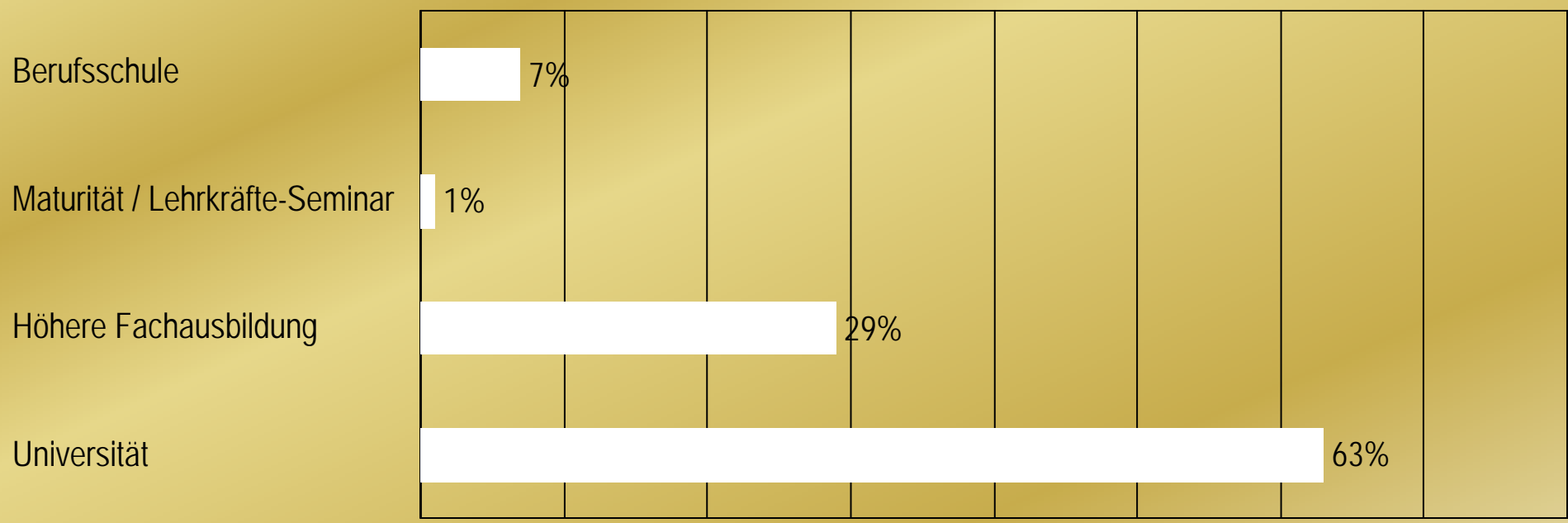
43'000 PANORAMA-Leader = 100%



HOHE BILDUNG DER PANORAMA-LEADER

Schulbildung

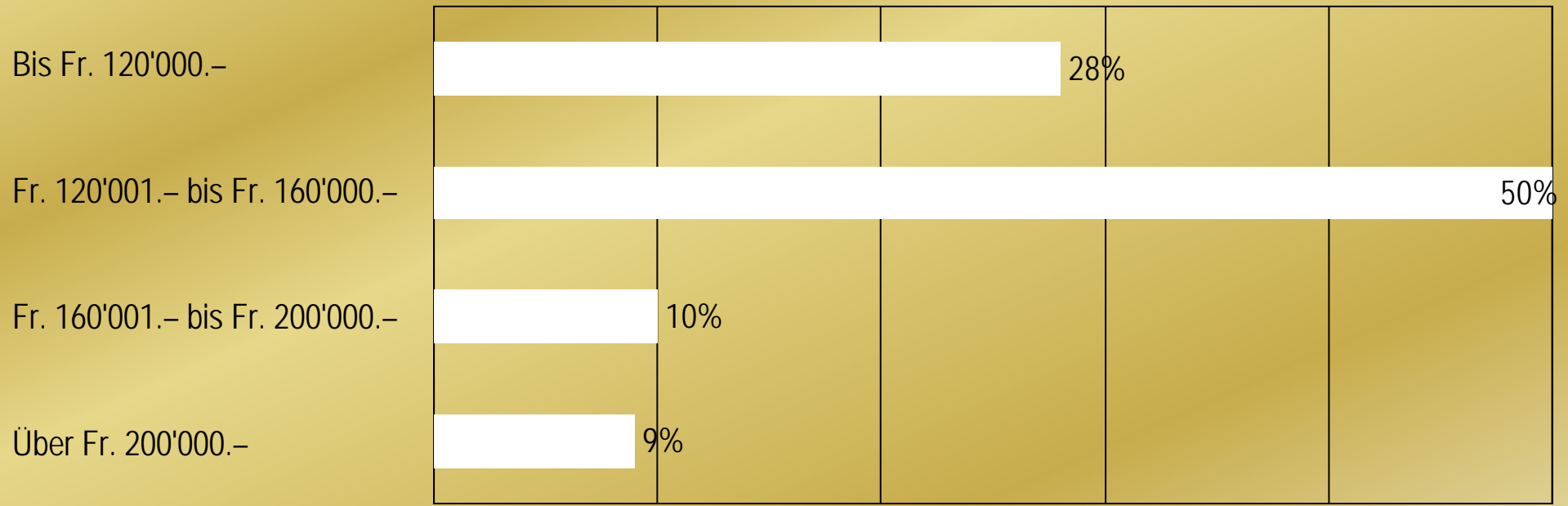
Basis: 43'000 PANORAMA-Leader = 100%



EINKOMMEN DER PANORAMA-LEADER

Persönliches Bruttoeinkommen pro Jahr

Basis: 43'000 PANORAMA-Leader = 100%



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Viel Erfolg mit PANORAMA

Die **clevere** und **komplementäre Alternative**
für Ihre **erfolgreiche Mediaplanung**