



MAIRDUMONT  
MEDIA

# GfK Consumer Panel 2009

Marco Polo Reiseführer

MARCO  POLO

ADAC Kartografie  
Baedeker  
Dorling Kindersley  
DuMont  
Falk  
Kompass  
Marco Polo  
National Geographic Reiseführer



### Markenprofil

trendorientiert



**jung**

Marco Polo ist die junge Marke für trendige, zeitgeistige Umsetzungen

**experimentierfreudig**

Marco Polo will Neues entdecken und hat keine Scheu vor unkonventionellen Lösungen

**innovativ**

Marco Polo ist frech, modern, offen für Neuerungen und nutzt innovative Technologie- und Lifestyletrends

optimistisch



**spontan**

Marco Polo ist dynamisch, spontan und kurzentschlossen: immer bereit, altbekannte Wege zu verlassen und Neues zu entdecken

**lebenslustig**

Marco Polo ist erlebnisorientiert, sympathisch, humorvoll und macht einfach Spaß.

**freundschaftlich**

Marco Polo hat einen freundschaftlichen Charakter und generiert einen emotionalen Bezug

Konzentriertes  
ERLEBEN

**informativ**

Marco Polo steht für Komprimiertheit, um kurz und schnell über das Wichtigste zu informieren

**handlich**

Marco Polo steht für Handlichkeit und formale sowie inhaltliche Kompaktheit

**fokussiert**

Marco Polo steht für fokussierte, ausgewählte Tipps und auf alles Wichtige fokussiertes Basiswissen



kompakt



unkompliziert

**praktisch**

Marco Polo ist durchdacht, funktional und steht für einfachste Nutzbarkeit

**zwanglos**

Marco Polo ist farbig, unbekümmert, klassenlos und frei von unnötiger Komplexität

**leicht**

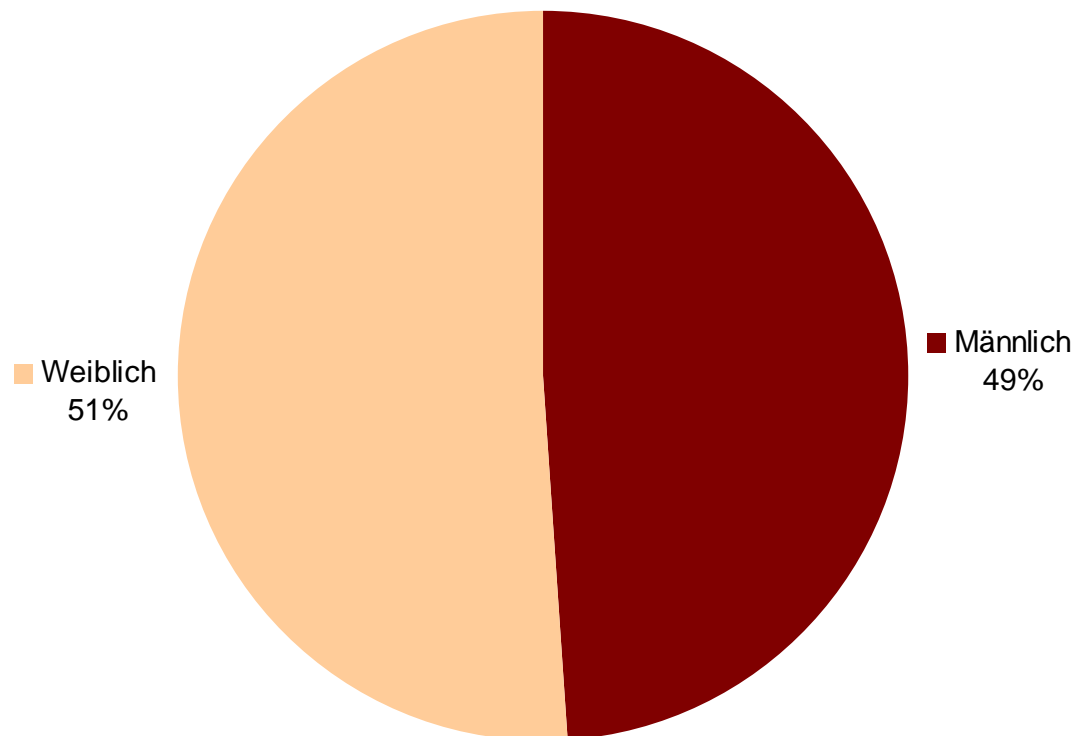
Marco Polo steht für die Leichtigkeit der Dinge und beste Verständlichkeit

## Die Leserschaft

- Aktiv und trendbewusst – sie gehen gerne aus, treffen sich mit Freunden
- Fit und Gesund – sie interessieren sich für Fitness und Wellness
- Offen und neugierig – von fremden Kulturen bis hin zu neuen Lifestyle-Produkten oder Trendlocations

## Die Leserschaft

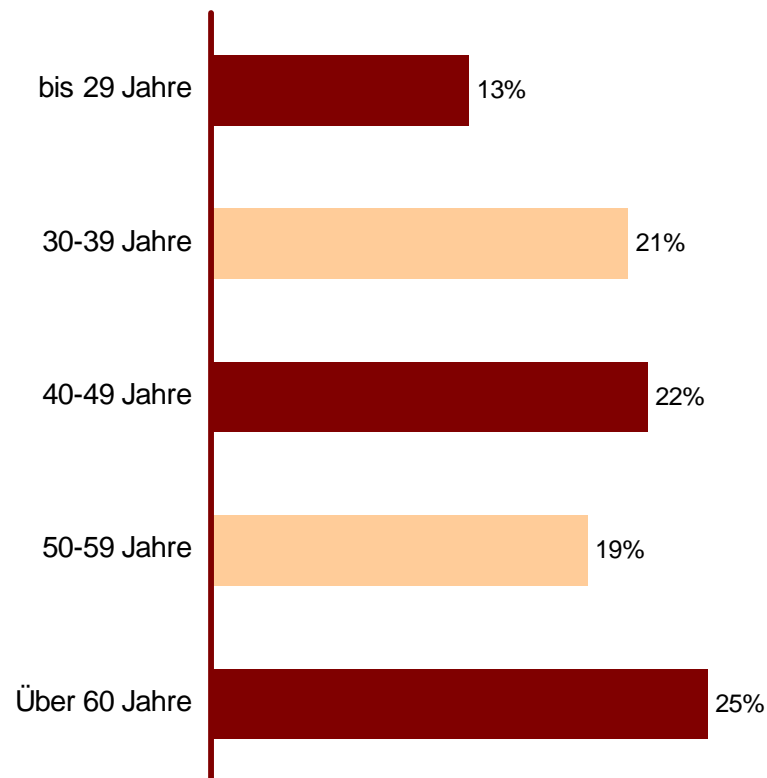
### Geschlecht



Nahezu ausgeglichen

## Die Leserschaft

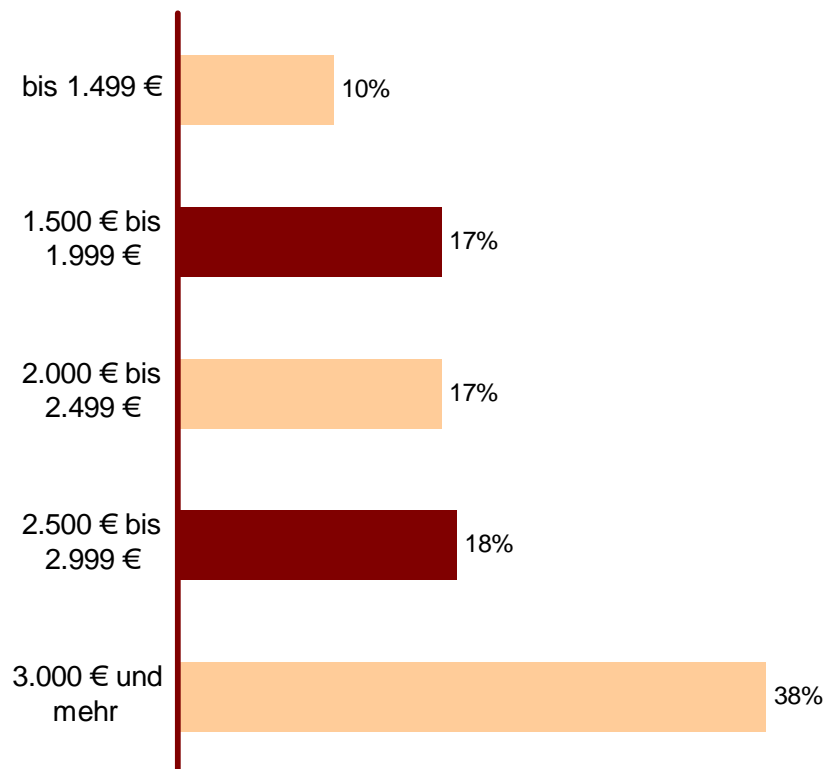
### Alter



**Schwerpunkt liegt auf  
unter 50 Jahren**

## Die Leserschaft

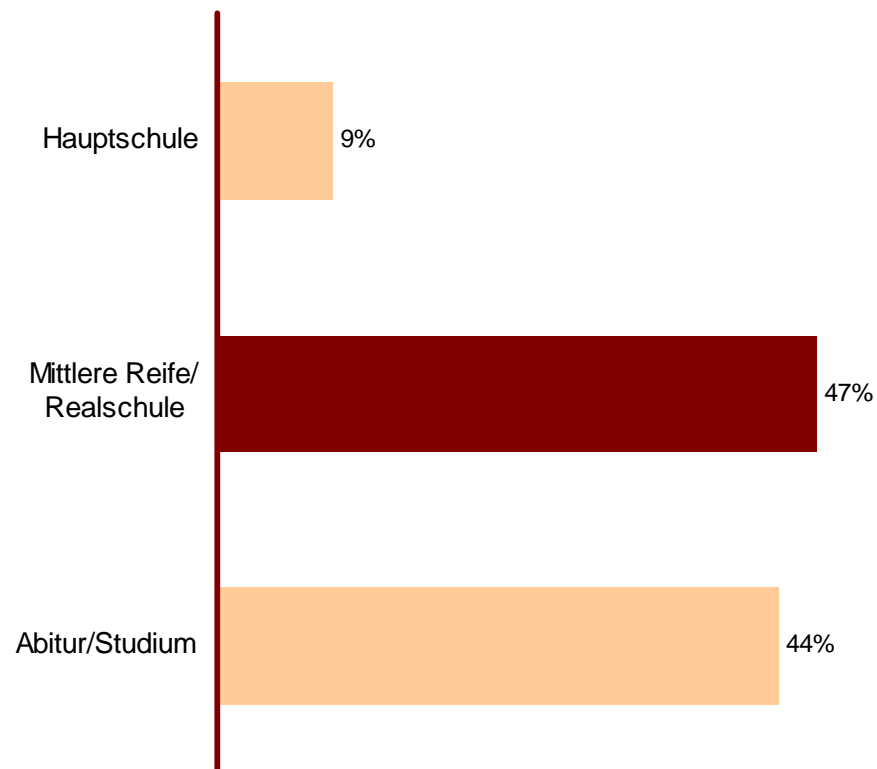
### Haushaltsnettoeinkommen



**Überdurchschnittliches  
monatliches Haushalts-  
Nettoeinkommen**

## Die Leserschaft

### Schulbildung



**Schwerpunkt liegt bei  
mittlerer  
Reife/Realschule**

## Ihr Kontakt

Greta Weller  
Verkaufsleitung Markenartikel  
Telefon: + 49 711 45 02 - 1099  
Telefax: + 49 711 45 02 - 1012  
[g.weller@mairdumont.com](mailto:g.weller@mairdumont.com)

André Vieren  
Junior Account Manager Markenartikel  
Telefon: + 49 711 45 02 - 4246  
Telefax: + 49 711 45 02 - 1012  
[a.vieren@mairdumont.com](mailto:a.vieren@mairdumont.com)

MAIRDUMONT  
Marco-Polo-Straße 1  
73760 Ostfildern  
Telefax: + 49 711 45 02 - 1012  
[www.media.mairdumont.com](http://www.media.mairdumont.com)