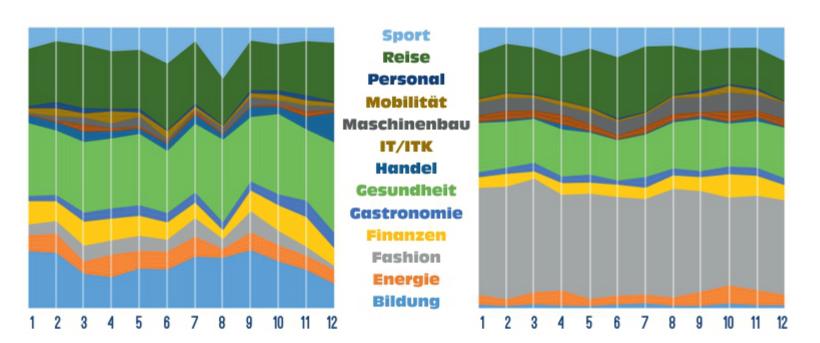
Für die folgenden Grafiken haben wir die Themenpläne und Sonderthemenpläne von Zeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften ausgewertet (Zeitraum: Januar bis Dezember 2016). Mehr als 120.000 Redaktionsthemen der deutschsprachigen Medien wurden berücksichtigt. **Datenquelle: Themen- und Mediendatenbank TOPIC PRO**

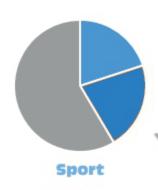
ANTEIL DIVERSER BRANCHENTHEMEN IN ZEITUNGEN UND PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN NACH MONATEN



ZEITUNGEN erreichen eine heterogene
Zielgruppe, die Interesse an verschiedensten
Inhalten zeigt. Den Großteil der redaktionellen
Themen machen Inhalte aus den Branchen
"Gesundheit", "Reise" und "Bildung" aus.
Auffällig ist, dass Sportthemen eher im Juni
und August behandelt werden. Themen der
Branchen "Mobilität", "Maschinenbau" und
"IT/ITK" spielen generell eine untergeordnete
Rolle im Rahmen der Redaktionsplanung.

PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN sind aufgrund ihrer Papierqualität für die Abbildung von Hochglanzfotos geeignet. So erklärt sich, dass in dieser Gattung größtenteils Fashionthemen stattfinden. Auch Inhalte der Branchen "Reise" und "Gesundheit" spielen eine Rolle. Verhältnismäßig viele Reisethemen werden in den Monaten Mai, Juni und Juli behandelt. Es fällt auf, dass sich die verschiedenen Branchen relativ gleichmäßig über das Jahr verteilen.

VERTEILUNG VON REDAKTIONSTHEMEN NACH ZEITUNGEN, PUBLIKUMS- UND FACHZEITSCHRIFTEN



REDAKTIONEN bzw. Verlage und Anzeigenabteilungen planen ihre mittelbis langfristigen Redaktionsthemen in Form von Themenplänen. Diese Pläne zeigen detailliert auf, welche Inhalte in zukünftigen Medienausgaben behandelt werden - besonders wertvolle Informationen für PR-Agenturen und Presseabteilungen. Ein Beispiel: Die Masse an Sportthemen findet in Fachzeitschriften statt, da es relativ viele Sportfachtitel gibt. • Zeitungen • Publikumszeitschriften • Fachzeitschriften

