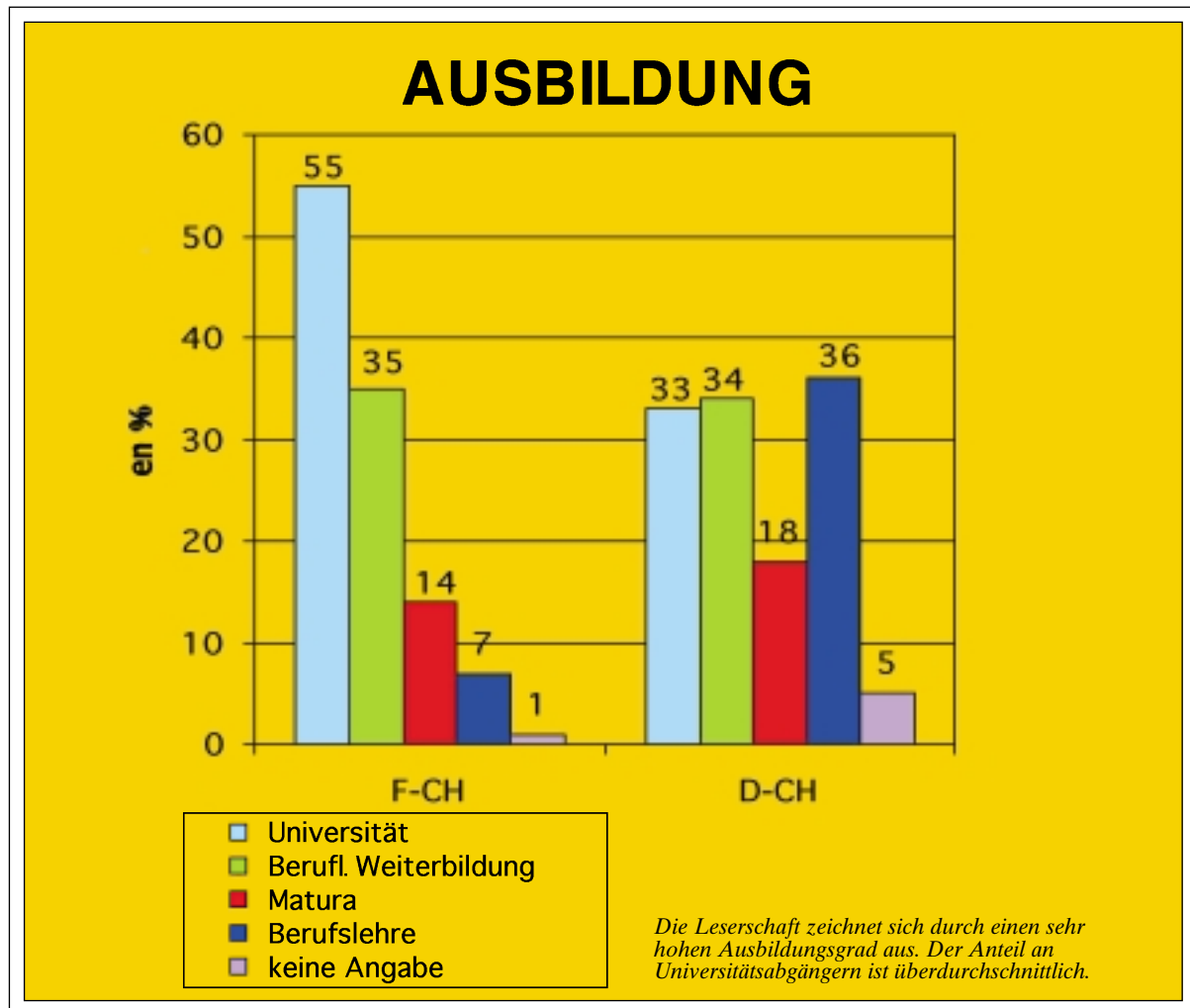


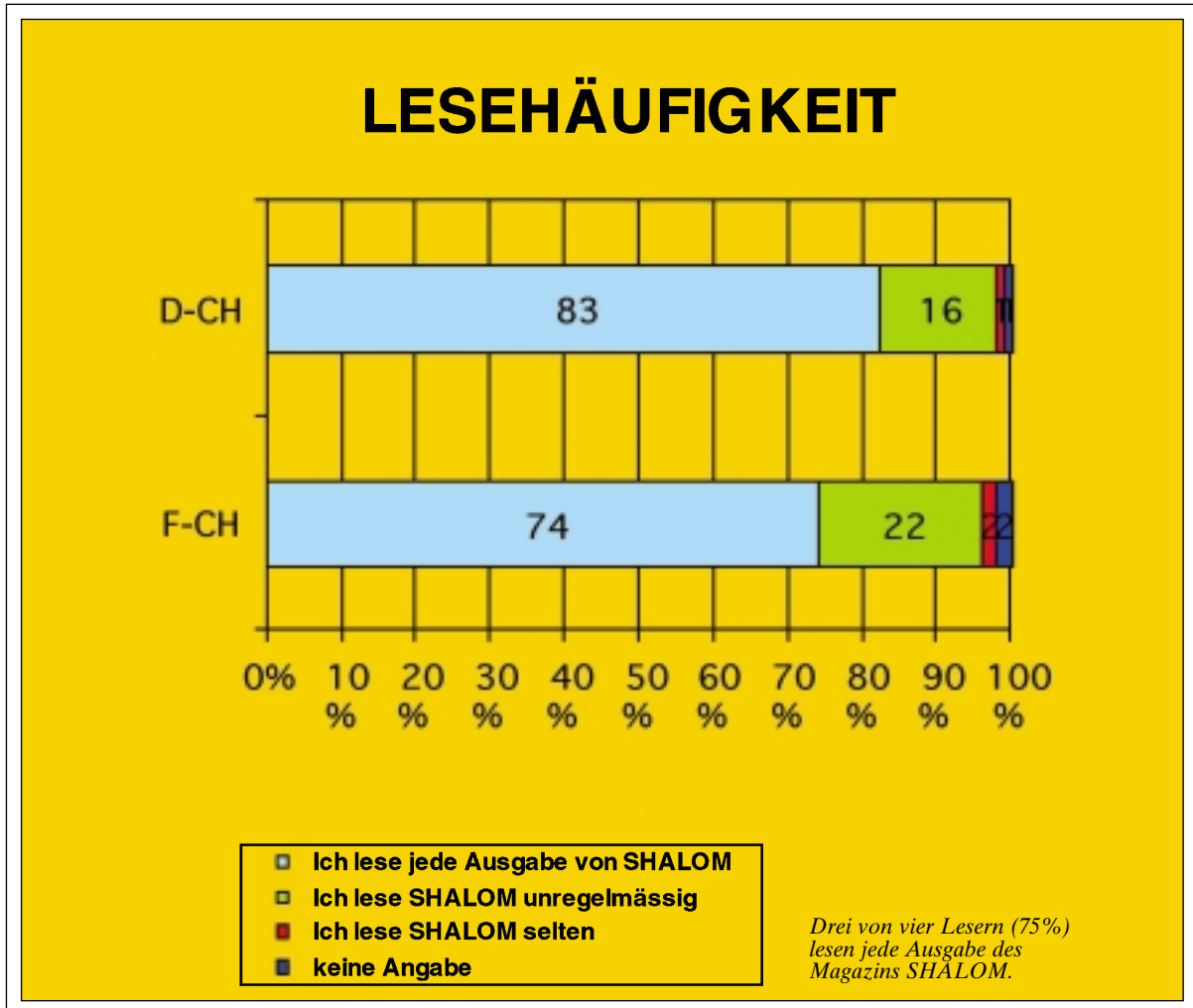
«UND DER GEWINNER IST...»



Sie selbst..., liebe Leserinnen und Leser, die sich die Zeit genommen und sich die Mühe gemacht haben, freundlicherweise den Fragebogen auszufüllen, den wir Ihnen im September 2003 vor dem Erscheinen der letzten Ausgabe von *SHALOM* zukommen liessen. Etwas mehr als 700 Leserinnen und Leser haben uns ihre Meinung, ihre konstruktive Kritik und einige Vorschläge mitgeteilt. Dies alles wird gegen-

wärtig genauestens evaluiert, die besten Ideen werden gesammelt und einer Machbarkeitsprüfung unterworfen, damit sie eventuell realisiert werden können.

Besonders interessant sind die objektiven Elemente, die uns durch diese Umfrage bewusst wurden. Wir haben auf diese Weise erfahren, wie der typische *SHALOM*-Leser aussieht, wie *SHALOM* aufgenommen wird und wie die verschiedenen Rubriken wirken und gelesen werden.



Zwei Drittel unserer Leserschaft sind gemäss den Ergebnissen Männer, und obwohl ein grosser Teil von ihnen (ca. 30%) recht jung ist, befindet sich doch der Durchschnitt in der Altersklasse über 50, und besitzt die höchste Kaufkraft. Die meisten leben allein oder zu zweit, doch es zeigte sich interessanterweise, dass 15% unserer Leser in kinderreichen Familien mit 5 und mehr Mitgliedern leben. Sowohl in der französischen wie auch in der deutschen Schweiz leben fast 90% der Leserschaft in städtischen Gebieten, über 40% besitzen Zweithäuser (im Welschland fast 50%).

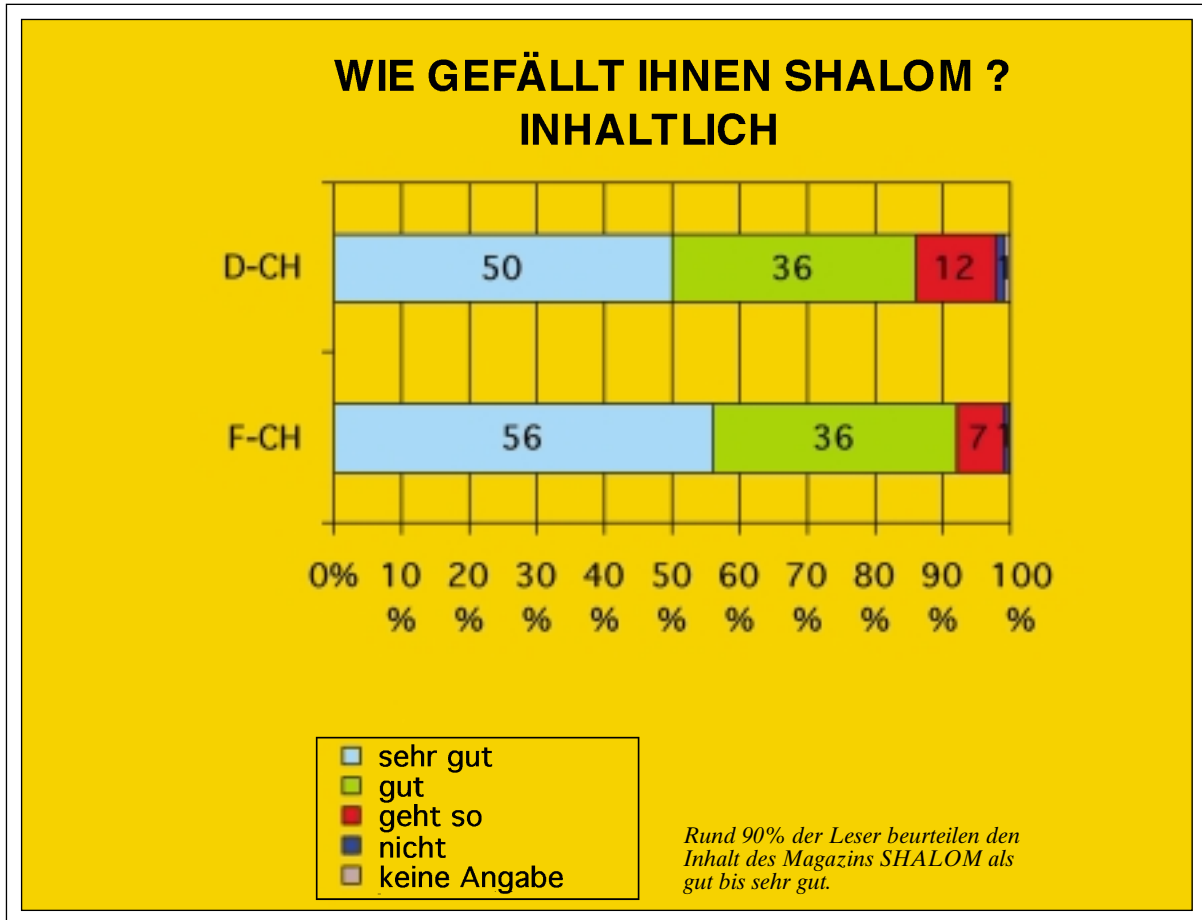
Im Allgemeinen verkörpern die meisten der Leserinnen und Leser eine bedeutende Kaufkraft, da Familien (rund 40%) mit zwei, drei oder gar vier Autos einen beachtlichen Prozentsatz ausmachen, viele reisen Business Class, in der Ersten Klasse und einige (1%) sogar im Privatjet. Darüber hinaus verfügen knapp 40% über fünf oder mehr Wochen Ferien pro Jahr.

In Bezug auf den Ausbildungsstand unserer Leserschaft, tut sich zwischen französischer und deutscher Schweiz ein höchst interessanter Graben auf. Es zeigte sich deutlich, dass der durchschnittliche Leser über eine sehr hohe berufliche und akademische Bildung verfügt. In der deutschen Schweiz wurden recht unter-



Die grosse Gewinnerin der Verlosung von SHALOM für zwei EL AL Linienflüge Zürich - Tel Aviv - Zürich ist Frl. Gaby Guggenheim. Sie wurde von S.E. Aviv Shir-On, israelischer Botschafter in der Schweiz gratuliert (rechts von ihr) und von Jürg Schwarz, Generaldirektor der EL AL in der Schweiz und von Frau Merav Schwartz, die erste FO B-747-400 Pilotin der EL AL (links von ihr) beglückwünscht.

schiedliche Niveaus genannt und sie verteilen sich ziemlich gleichmässig auf einer grossen Bandbreite: 33% Akademiker, 18% mit Matura, 36% mit abge-

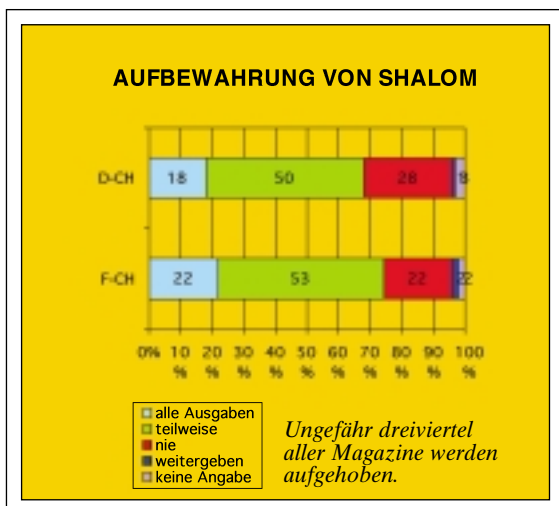


schlossener Lehre und 37% mit einer Zusatzausbildung. In der Romandie hingegen zeigte sich folgende Verteilung: 55% Akademiker (!), 14% mit Matura, 35% mit einer zusätzlichen Berufsausbildung und nur 7% mit einer Lehre.

Dieses Bild wäre unvollständig, wenn wir verschweigen würden, dass über 60% unserer Leser mindestens eine Sportart betreiben, was beweist, dass sie nicht nur über eine ausgezeichnete Bildung verfügen, sondern

auch dynamisch und unternehmungsfreudig sind. Und nun kommen wir zur Frage, die uns am meisten interessierte, nämlich wie die diversen Artikel von einem ganz offensichtlich in jeder Hinsicht beeindruckenden und daher sehr anspruchsvollen Publikum aufgenommen werden.

Wir möchten nur ungerne «unbescheiden wirken», doch die Zahlen haben uns gezeigt, dass *SHALOM* nicht nur ausgiebig gelesen, sondern auch in höchstem Ausmass geschätzt wird. In der deutschen wie in der französischen Schweiz lesen fast 80% jede Ausgabe von *SHALOM*, über 50% lesen fast alle Beiträge, und 36% den grössten Teil. Im Hinblick auf die individuelle Beurteilung der Artikel im Zusammenhang mit der ihnen zugeschriebenen Bedeutung und mit der Häufigkeit der Lektüre, wird das Editorial im Schnitt von 90% der Leser rezipiert (52% jedes Mal, 41% sehr oft), wobei der Prozentsatz in der Romandie 97% erreicht. Die Exklusiv-Interviews mit hochrangigen israelischen Politikern werden sehr geschätzt, da sie zu 94% jedes Mal oder meist gelesen werden. Die Reportagen über das jüdische Leben in der ganzen Welt gehören ebenfalls zur häufigen Lektüre, denn sie fesseln so zu sagen 95% der Leserschaft, die sie jedes Mal oder sehr oft liest. Die Reportagen wiederum, die in Israel selbst verfasst werden, einschliesslich in Judäa-Samaria-Gaza, werden in der französischen Schweiz von 98% (jedes Mal oder sehr oft) und in der





deutschen Schweiz von 95% gelesen. Die Rubriken zu Religion, Wirtschaft, Kunst und Kultur, Wissenschaft und Medizin sowie die Artikel, die exklusiv von jüdischen Persönlichkeiten oder Intellektuellen für *SHALOM* geschrieben werden, haben auch riesigen Erfolg, in der Regel werden 80-85% der Artikel jedes Mal oder sehr oft gelesen.

Die Antworten auf die letzte Frage, nämlich «Wie gefällt Ihnen *SHALOM* in Bezug auf Inhalt und in Bezug auf Darstellung und Aufmachung?», fielen ganz eindeutig aus: der Inhalt erhält 92% positive Stimmen in der Romandie und 86% in der Deutschschweiz. Darstellung und Aufmachung von *SHALOM* werden auf beiden Seiten des «Röstigrabens» begeistert gut geheissen, und zwar von 96% in der deutschen und von 97% in der welschen Schweiz!

Wir kommen also zu folgendem Schluss. Nach 15-jährigem Bestehen war es eine gute Idee, eine Umfrage von Mediahaus Seefeld AG, einer unabhängigen Agentur in Zürich, durchführen zu lassen, welche die Resultate unvoreingenommen und objektiv evaluiert hat.

Die Verbundenheit der Leser mit *SHALOM* ist ziemlich gross, da drei Viertel von ihnen die Zeitschriften aufheben, die Hälfte sie im Schnitt drei Mal in die Hand nimmt und die meisten sie anderen Lesern überlassen, in der Regel einer bis drei weiteren Familien. Dies beweist auch unseren langjährigen und auch

unseren zukünftigen Anzeigenkunden, dass die Qualität des redaktionellen Umfelds die Wirkung einer Werbebotschaft aufwertet und verlängert.

Und schliesslich haben wir festgestellt, dass unser Ansatz richtig ist und hoch geschätzt wird, da über 90% unserer Leserschaft sehr zufrieden sind. Für uns bedeutet dies eine enorme Herausforderung und eine ständige Infragestellung, denn auch wenn wir bisher den sehr hohen Erwartungen einer gebildeten Leserschaft entsprechen konnten, ist es uns von nun an ein Anliegen - nicht auf derselben Linie fortzufahren -, sondern uns in jeder zukünftigen Ausgabe noch weiter zu verbessern. Dies entspricht durchaus unserer Arbeitsphilosophie: für uns ist die beste Ausgabe von *SHALOM* immer die nächste!

Das gesamte Team von *SHALOM* möchte an dieser Stelle all jenen seine tief empfundene Dankbarkeit ausdrücken, die an der Umfrage teilgenommen haben. Danke für Ihre Zeit - danke für Ihre Ideen - und vor allem ein grosses Dankeschön an alle, die am Ende des Fragebogens einige aufmunternde Worte an uns gerichtet haben!

Wie versprochen, haben wir für jede Antwort Frs. 5,- an die Blindenbibliothek in Natanya gespendet. Total: Frs. 3'500,-.