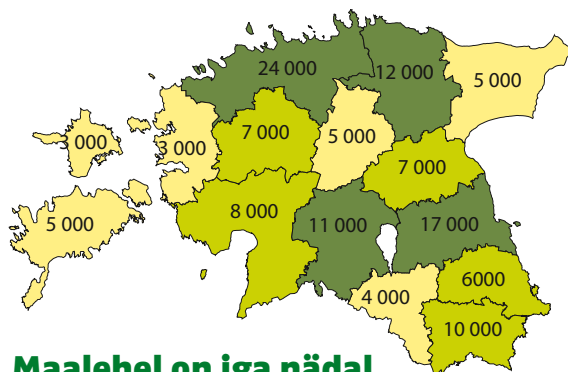




Maaleht. Eesti kõige suurem ja sõbralikum nädalaleht



Maalehel on iga nädal 124 000 lugejat!

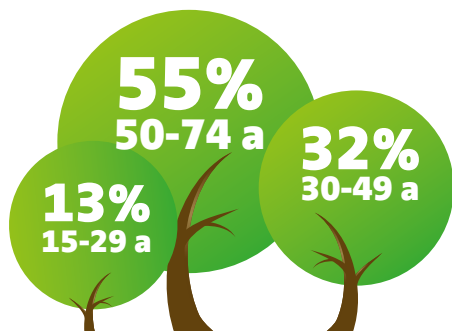
Mis eristab Maalehte kõigist teistest Eestis ilmuvatest lehtedest? Eelkõige stiil. Maalehe tunneb ära rahuliku tooni, küpse hoiaku ja sõbraliku sõna poolest.

Ometi ei tähenda Maalehe positiivsus hambutust ja igavust. Siin leiavad kajastamist kõik Eesti inimese elu ja hinge puudutavad teemad. Lugega saab vastakaid arvamusi, sõna saavad mõjukad otsustajad.

Keskendumine meie elu püsiväärtustele on toonud edu. Maaleht on tänaseks Eesti suurim nädalaleht 124 000 lugeja ja 27 000 püsitellijaga, keskmine trükiarv on 43 000.



Maaleht. Inimesele, kelle juured on maal.



Üldiselt arvatakse, et Maaleht on maainimeste leht. Ega see arvamus vale ole. Maainimeste osakaal lehe lugejate hulgas on väga suur, sest Maaleht hoiab silma peal põllumajandusteemadel, kirjutab kalandusest, metsandusest ja looduskaitsest. Palju tähelepanu pööratakse omavalitsuste tegemistele.

Maalehte loetakse üle kogu Eestimaa, nii Võrus, Virus kui Saares. Nii pealinnas kui väikelinnades. Lehe teemaderingi mahuvad nii riigi majandus kui ka maamajandus, nii sotsiaalprobleemid kui haridus.

Maalehte lugev linnamees hoiab läbi lehe sidet oma juurtega, maamees tunnetab end osana Eesti majandus- ja kultuuripildis.

< Maalehte loevad rohkem küpsed inimesed.

Maaleht. Kindel kaaslane igal neljapäeval



Tulgu taevast vett või rahet, Maaleht jõuab ikka kindlalt igal neljapäeval lugeja postkasti. Kindel ja selge on ka Maalehe ülesehitus. Esimene pool kuulub nädala põhiteemale, uudistele ja arvamustele, seejärel puudutatakse majandus-, kultuuri ja vaba aja teemasid. Lehe lõpus saab lugeda turismist, lahendada ristsõnu ning muiata naljaleheküljel Naeris. Lehe tagakülj on alati mahuka kommenteeritud ilmateate päralt.

Maaleht jätkab maainimesele suunatud nädalalaehe traditsiooni Eestis, "Tarto maa rahva Näddali-Leht" alustas ilmumist juba 1806. aastal.

Maalehe lugejateni jõuab lisaks mahukale põhilehele ka iganädalased püsilised Targu Talita ja TeRa. Targu Talita teemadeks on eelkõige aiapidamine, tervis, toit ja käsitöö. Tegemist on sisuka nõuandevihikuga, millest saab palju kasulikke näpunäiteid ja ideid. Paljud lugejad köidavad Targu Talita kiirkõitjasse ning loevad neile olulisemaid lugusid mitmeid aastaid.

TeRa sisuks on põhjalikud tele- ja raadiosaatekavad koos teravmeelsete vaatamismuljete ja ekraanilt tuttavate inimeste intervjuudega.

Targu Talita TeRa



Kes on Maalehe lugeja?

- optimistliku maailmavaatega ja oma eluga rahulolev
- oma kodu ja ümbritsevat loodust väärtustav
- aktiivne ajalehtede lugeja
- ühiskondlikult aktiivne
- kultuurne: huvitub kirjandusest ja meie rahva ajaloost
- kõrge keskkonnateadlikkusega teadlik tarbija

Loeb ja armastab loodust

Vabal ajal tegeleb Maalehe lugeja enese arendamisega (48% lugejatest): koolitab ja täiendab ennast, teeb sporti (36% lugejatest väidab, et sport on neile elus pigem olulise kohal). 40% lugejatest tegeleb spordiga vähemalt 1 korral nädalas. Keskmisest eestimaalasest rohkem käib Maalehe lugeja looduses liikumas (89% lugejatest) või suusatamas (20%).

Suuresti elukohast tingitult on Maalehe lugeja elustiil pigem kodu(koha) keskne: 62% lugejatest tegeleb aiandusega, 37% käsitöoga.

Suur hulk lugejaid peab oma hobiks raamatute lugemist (76%). 18% külastab vähemalt 1 korral kuus kultuuriüritusi (muuseum, näitus, teater jms). 66% lugejatest mainis vaba aja veetmisena ka „ostlemist“. Keskmisest enam eelistasid Maalehe lugejad ostukeskonnana Tartu Eedeni kaubanduskeskust (10%) ja Lõunakeskust (17%).

Rahaline seis keskmine

Vaatamata sellele, et Maalehe lugeja sissetulekud jäävad pigem keskmisele tasemele, näevad nad oma majanduslikku olukorda pigem positiivselt: keskmisest väiksemad on ka nende finantskohustused. 79%-l Maalehe lugejatest jääb peale kohustuslike maksete tegemist raha üle. Oma raha kulutab ta teistest enam raamatutele ja ajakirjandusele (34%) või oma eluaseme remondile (54%). 20% lugejatest on võtnud eesmärgiks säästa ja investeerida.

66% Maalehe lugejatest arvas 2009. aastal, et nende finantsseis paraneb või jääb järgneva kahe aasta jooksul samale tasemele. 47%-l lugejatest puudusid laenu-, liisingu või järelmaksukohustused.

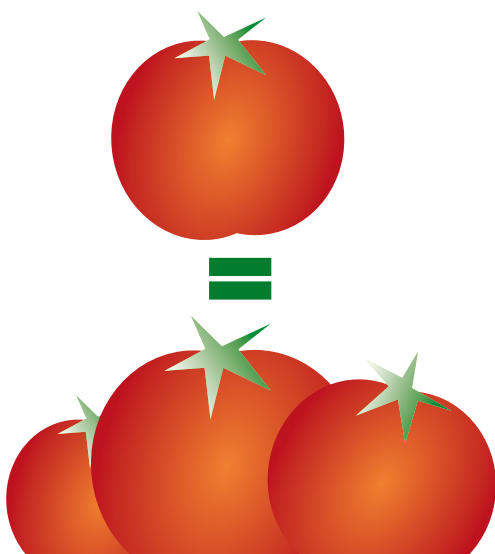
Puhkab Eestis

58% lugejatest eelistab kodumaist perepuhkust, 46% kodumaist rannapuhkust. 52% lõõgastub puhkuse ajal kodus. Puhkusereisi valikul eelistab Maalehe lugeja kultuurireise (51%). 9% ühildab puhkusereisi sportimisvõimalustega (golf, suusatamine, sukeldumine, matkamine jne).





Kuidas säästa reklaamiraha?



Uuringufirma TNS Emor uuris reklaamikampaaniaid, mis korraldati kõigis Eesti tähtsamates ajalehtedes. Kõikides kanalites kasutati samu formaate ja kujundusi, päevalehtedes tehti kolm ilmumist ja nädalalehtedes üks ilmumine. Emor mõõtis reklaamide märgatavust ja kolme kampaania keskmised tulemused olid järgmised:

Maaleht – iga reklaam ilmus **1 kord** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **34%**.

Õhtuleht – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **36%**.

Postimees – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **33%**.

Eesti Päevaleht – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **33%**.

Järeldus on, et nädalalehti loetakse pikemalt ja põhjalikumalt kui päevalehti ning ühe nädalalehe reklaami märgatavus on sama mis kolmel päevalehe reklaamil.

Nädalalehe eelised

Nädalalehe pikk lugemistsükkel

Suur osa Maalehe lugejaid (45% lugejatest) loeb ühte lehenumbrit mitmel päeval.

Võrdluseks: päevalehti võtab mitu korda kätte keskmiselt 29%. Maalehte loetakse peamiselt kodus (67% lugejatest), seega põhjalikumalt.

Ilmub vahetult enne peamist ostuaega

Maaleht ilmub vahetult enne nädalavahetust ehk enne peamist ostuaega, mistõttu reklaam Maalehes mõjutab lugejat otseselt ostetava kauba või tarbitava teenuse valikul.

Kindlale sihtgrupile suunatud eriväljaanded

Maalehe erilehed aitavad suunata reklaami just sobivale sihtgrupile.

Regulaarselt ilmuvad erilehed:

Hoia tervist, Metsaleht, Koolitus, Jaani ootel, Jõulu ootel jt