

Reichweitenübersicht

Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber

Vergleich ma 2019 Pressemedien I zu ma 2018 Pressemedien II

Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2019 Presse I: 70,45 Mio. / 37.594 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I	
Basis	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100
BILD am SONNTAG	11,1	10,7	96	15,8	15,6	99	6,6	5,9	90
WELT PRINT Gesamt	2,0	2,0	104	2,7	2,9	106	1,2	1,2	102
FOCUS	6,1	5,5	91	8,7	8,0	92	3,6	3,2	89
DER SPIEGEL	8,4	8,0	96	12,2	11,9	97	4,7	4,3	92
stern	9,0	8,2	91	11,4	10,3	90	6,7	6,1	92
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	0,9	1,0	103	1,3	1,3	104	0,6	0,6	100
DIE ZEIT	2,4	2,6	110	3,0	3,5	120	1,8	1,7	93
Gong plus	2,8	2,7	96	2,7	2,4	91	3,0	3,0	101
HÖRZU	5,5	5,8	104	5,1	5,1	99	5,9	6,4	109
TV DIGITAL	5,3	5,2	97	6,6	6,2	93	4,1	4,2	102
TV für mich	1,1	0,9	86	0,2	0,2	62	1,9	1,7	89
TVdirekt	3,3	2,9	90	3,3	3,0	92	3,2	2,8	87
auf einen Blick	2,8	3,1	109	1,8	2,0	111	3,8	4,1	108
BILDWOCHE	0,7	0,7	95	0,6	0,5	85	0,8	0,8	103
Fernsehwoche	2,4	2,3	99	1,9	1,9	101	2,8	2,7	98
FUNK UHR	1,9	1,9	101	1,7	1,7	99	2,1	2,1	103
Super TV	0,6	0,7	113	0,5	0,5	110	0,7	0,8	114
tv Hören und Sehen	4,3	3,8	90	4,1	3,5	83	4,4	4,2	97
TV klar	1,0	0,8	80	0,9	0,8	92	1,0	0,7	70
TVneu!		0,6			0,6			0,6	
die 2	0,3	0,4	108	0,2	0,3	104	0,4	0,5	111
TV Movie	6,9	7,4	107	7,1	7,4	103	6,7	7,4	110
TV SPIELFILM plus	8,9	7,9	88	9,3	8,1	87	8,6	7,6	88
tv14	8,3	7,5	90	8,0	7,4	93	8,5	7,5	88
tv pur	1,8	1,6	89	1,7	1,5	88	2,0	1,8	89
die aktuelle	2,5	2,5	103	0,9	0,8	94	4,0	4,2	105
ECHO DER FRAU	1,6	1,3	78	0,1	0,1	135	3,1	2,3	76
frau aktuell	1,7	1,4	82	0,1	0,1	114	3,2	2,6	81
FRAU IM SPIEGEL	2,0	1,7	87	0,2	0,3	110	3,6	3,1	85
DAS GOLDENE BLATT	2,2	1,9	86	0,5	0,5	94	3,9	3,3	85
NEUE WELT	1,1	1,0	88	0,3	0,3	93	1,8	1,6	88
BILD der FRAU	7,3	6,9	93	0,6	0,7	114	13,9	12,9	93
FRAU von HEUTE	0,7	0,5	77	0,1	0,0	51	1,3	1,0	78
Avanti	0,4	0,5	108	0,1	0,1	123	0,7	0,8	106
Frau mit Herz	0,9	0,8	93	0,2	0,1	63	1,5	1,5	97
FREIZEIT REVUE	2,9	2,8	96	1,5	1,8	118	4,2	3,7	88
FREIZEIT SPASS	0,7	0,6	87	0,4	0,4	91	1,1	0,9	85
FREIZEITWOCHE	0,8	0,7	85	0,5	0,4	88	1,1	0,9	84
GLÜCKS REVUE	1,3	1,1	84	0,8	0,9	105	1,8	1,4	75
mach mal Pause	1,1	0,9	78	0,9	0,7	70	1,3	1,1	83
Mini	0,6	0,4	68	0,2	0,1	58	1,0	0,7	71
das neue	0,5	0,4	74	0,1	0,1	64	0,8	0,6	75
DAS NEUE BLATT	1,8	2,0	108	0,6	0,6	97	3,1	3,4	110

- Alle für Medien ausgewiesenen Werte beziehen sich auf den Leser pro Ausgabe

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2018 Pressemedien II

Reichweitenübersicht - Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber
 Vergleich ma 2019 Pressemedien I zu ma 2018 Pressemedien II
 Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2019 Presse I: 70,45 Mio. / 37.594 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I	
DIE NEUE FRAU	0,3	0,2	81	0,0	0,0	24	0,5	0,4	85
Neue Post	3,1	2,8	90	1,0	1,1	105	5,1	4,5	87
neue Woche		0,3			0,2			0,5	
Schöne WOCHE	0,4	0,4	95	0,2	0,2	94	0,6	0,6	95
Viel Spaß	0,7	0,6	91	0,4	0,4	100	1,0	0,9	86
7 TAGE	0,7	0,6	91	0,3	0,2	80	1,0	1,0	93
Alles für die Frau	0,8	0,7	93	0,1	0,1	51	1,4	1,3	96
Frau im Trend	0,7	0,8	110	0,0	0,0	151	1,4	1,6	110
tina plus	4,4	4,3	98	0,3	0,3	90	8,4	8,3	98
Laura	1,0	0,9	96	0,1	0,1	62	1,8	1,8	99
Lea	0,9	0,8	87	0,1	0,1	179	1,7	1,4	83
Lisa	1,7	1,3	79	0,2	0,1	52	3,1	2,5	80
DONNA	0,4	0,5	119	0,1	0,1	95	0,7	0,9	123
myself	0,4	0,4	85	0,1	0,1	135	0,8	0,6	78
Brigitte Woman	1,0	1,0	95	0,1	0,1	96	2,0	1,9	95
COSMOPOLITAN	2,3	1,9	84	0,2	0,2	125	4,3	3,5	82
MADAME	0,5	0,6	110	0,0	0,1	124	0,9	1,0	109
Maxi	0,6	0,6	91	0,1	0,1	186	1,1	1,0	86
PETRA	1,8	1,6	91	0,1	0,1	112	3,4	3,1	91
VOGUE	1,3	1,4	106	0,2	0,2	136	2,4	2,4	104
AUTO BILD	4,1	3,5	84	8,0	6,8	85	0,3	0,2	73
AUTO BILD SPORTSCARS	0,5	0,5	108	1,0	1,1	112	0,1	0,0	48
auto motor und sport	3,1	2,7	87	6,1	5,3	86	0,2	0,2	103
AUTO ZEITUNG	1,3	1,2	89	2,7	2,3	87	0,0	0,1	162
AUTOStraßenverkehr	0,7	0,5	69	1,4	1,0	70	0,1	0,0	50
sport auto	0,7	0,8	114	1,3	1,5	114	0,0	0,0	74
SPORT BILD	6,2	5,9	96	12,3	11,7	95	0,3	0,3	106
kicker-sportmagazin (Montagsausgabe)	4,0	3,3	84	8,0	6,6	83	0,1	0,2	141
11 Freunde	1,2	1,1	92	2,3	2,1	91	0,1	0,1	108
Ein HERZ für Tiere	1,5	1,2	81	1,2	1,0	80	1,8	1,5	81
COMPUTER BILD	2,4	2,2	90	4,5	3,9	88	0,5	0,5	111
COMPUTER BILD SPIELE	1,9	1,4	70	3,5	2,4	70	0,4	0,3	75
AUDIO VIDEO FOTO BILD	0,6	0,5	88	1,1	1,0	87	0,1	0,1	104
CHIP	2,3	2,2	96	4,1	3,9	94	0,5	0,5	109
CHIP FOTO-VIDEO	0,3	0,3	93	0,5	0,5	95	0,1	0,1	85
B.Z. am Sonntag	0,3	0,3	99	0,3	0,4	105	0,2	0,2	92
BILD DEUTSCHLAND GESAMT	13,4	13,2	99	18,3	17,9	98	8,6	8,6	100
B.Z.	0,4	0,4	100	0,5	0,5	100	0,4	0,4	99
Berliner Kurier	0,3	0,3	100	0,4	0,4	100	0,2	0,2	101
EXPRESS	0,6	0,6	101	0,7	0,7	100	0,4	0,4	101
Hamburger Morgenpost	0,4	0,4	100	0,4	0,4	100	0,4	0,4	100
Morgenpost für Sachsen	0,2	0,2	99	0,2	0,2	100	0,2	0,2	98
tz	0,3	0,3	100	0,3	0,3	99	0,3	0,3	101

- Alle für Medien ausgewiesenen Werte beziehen sich auf den Leser pro Ausgabe

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2018 Pressemedien II

Reichweitenübersicht - Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber
 Vergleich ma 2019 Pressemedien I zu ma 2018 Pressemedien II

Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2019 Presse I: 70,45 Mio. / 37.594 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I		ma 2018 Presse II	ma 2019 Presse I	
WELT PRINT Werktag	0,9	0,9	100	1,3	1,3	101	0,6	0,6	100
Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,1	1,1	101	1,5	1,5	100	0,7	0,7	101
Handelsblatt	0,7	0,7	101	1,1	1,1	101	0,3	0,3	102
Süddeutsche Zeitung	1,8	1,8	100	2,2	2,2	100	1,4	1,4	100
taz die tageszeitung	0,3	0,3	100	0,3	0,3	100	0,3	0,3	100
Berliner Morgenpost	0,3	0,3	100	0,3	0,3	100	0,4	0,4	100
Braunschweiger Zeitung	0,4	0,4	101	0,4	0,4	100	0,5	0,5	101
FUNKE Medien NRW	2,2	2,2	100	2,2	2,2	100	2,2	2,2	100
Hamburger Abendblatt Gesamtausgabe	0,6	0,6	100	0,7	0,7	100	0,6	0,6	100
Mediengruppe Thüringen	1,0	1,0	100	1,0	1,0	100	1,0	1,0	100

- Alle für Medien ausgewiesenen Werte beziehen sich auf den Leser pro Ausgabe

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2018 Pressemedien II