

# Reichweitenübersicht

Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber

Vergleich ma 2018 Pressemedien I zu ma 2017 Pressemedien II

Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2018 Presse I: 70,09 Mio. / 35.776 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I	
<b>Basis</b>	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100	100,0	100,0	100
<b>BILD am SONNTAG</b>	12,7	12,3	96	17,4	16,8	96	8,2	8,0	97
<b>WELT am SONNTAG</b>	1,4	1,1	79	2,1	1,6	77	0,8	0,7	85
FOCUS	6,6	6,4	97	9,2	9,0	97	4,0	3,9	96
DER SPIEGEL	9,4	8,7	93	13,2	12,7	96	5,6	4,8	85
stern	9,7	9,3	95	11,6	11,4	98	7,9	7,2	91
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	0,7	0,7	100	0,8	0,9	114	0,6	0,5	84
DIE ZEIT	2,4	2,2	89	2,8	2,6	91	2,0	1,7	86
<b>BILD+FUNK</b>	0,9	0,9	111	0,7	1,0	134	1,0	0,9	96
<b>Gong</b>	1,5	1,8	120	1,4	1,6	114	1,6	2,0	125
<b>HÖRZU</b>	5,2	5,2	98	4,8	4,7	96	5,6	5,6	100
<b>TV DIGITAL</b>	5,6	5,6	99	7,2	7,6	106	4,2	3,7	89
<b>TV für mich</b>	1,1	1,2	106	0,2	0,4	190	2,0	2,0	98
<b>TVdirekt</b>	3,0	3,0	101	2,9	3,0	104	3,2	3,1	97
auf einen Blick	3,0	2,8	93	2,1	2,0	94	3,8	3,5	93
BILDWOCHE	0,8	0,7	96	0,6	0,6	92	0,9	0,9	98
Fernsehwoche	2,4	2,3	97	2,0	2,0	100	2,8	2,6	95
FUNK UHR	1,9	1,9	98	1,6	1,8	107	2,2	2,0	91
tv Hören und Sehen	4,8	4,8	99	4,7	4,4	94	4,9	5,1	105
TV klar	1,1	1,1	98	1,1	1,1	97	1,1	1,1	98
die zwei	0,5	0,5	94	0,2	0,3	112	0,8	0,7	89
TV Movie	7,3	6,7	92	7,6	6,9	92	7,0	6,4	92
TV SPIELFILM	7,2	7,1	98	7,4	7,5	101	7,0	6,7	96
TV TODAY	2,5	2,6	106	2,6	2,8	107	2,4	2,5	105
tv14	10,4	9,6	93	10,3	9,3	91	10,5	10,0	95
tv pur	1,7	2,0	117	1,6	1,9	116	1,8	2,1	118
<b>die aktuelle</b>	2,8	2,7	97	0,8	0,9	120	4,8	4,5	94
<b>ECHO DER FRAU</b>	1,3	1,6	124	0,1	0,1	134	2,5	3,1	123
<b>frau aktuell</b>	1,7	2,0	112	0,1	0,1	109	3,3	3,7	112
<b>FRAU IM SPIEGEL</b>	2,1	2,2	103	0,2	0,3	127	4,0	4,0	102
<b>DAS GOLDENE BLATT</b>	2,2	2,2	99	0,7	0,6	84	3,6	3,7	102
<b>NEUE WELT</b>	0,9	0,9	101	0,2	0,3	124	1,6	1,6	98
<b>BILD der FRAU</b>	8,2	8,2	100	0,8	0,6	81	15,4	15,5	101
<b>FRAU von HEUTE</b>	0,7	0,7	103	0,0	0,1	189	1,3	1,3	101
Avanti	0,5	0,5	109	0,1	0,1	103	0,8	0,8	110
Frau mit Herz	0,8	1,0	120	0,1	0,1	98	1,5	1,8	122
FREIZEIT REVUE	3,1	3,1	100	1,7	1,5	93	4,5	4,6	102
FREIZEIT SPASS	0,8	0,8	100	0,4	0,4	92	1,1	1,2	102
FREIZEITWOCHE	0,9	0,8	95	0,5	0,3	75	1,3	1,3	102
GLÜCKS REVUE	1,3	1,5	114	1,1	1,1	100	1,6	2,0	123
mach mal Pause	1,1	1,3	116	0,7	1,0	144	1,5	1,5	102
Mini	0,8	0,8	91	0,2	0,2	101	1,4	1,3	89
das neue	0,5	0,5	110	0,1	0,2	114	0,8	0,8	109
<b>DAS NEUE BLATT</b>	2,2	2,0	93	0,6	0,5	81	3,7	3,5	95

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

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2017 Pressemedien II

Reichweitenübersicht - Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber  
 Vergleich ma 2018 Pressemedien I zu ma 2017 Pressemedien II  
 Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2018 Presse I: 70,09 Mio. / 35.776 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I	
DIE NEUE FRAU	0,3	0,4	107	0,1	0,1	117	0,6	0,6	106
Neue Post	3,1	3,3	106	1,1	1,1	105	5,0	5,3	106
Schöne WOCHE	0,5	0,4	85	0,1	0,1	60	0,9	0,8	89
Viel Spaß	0,8	0,9	109	0,5	0,6	109	1,1	1,2	110
WOCHE der FRAU	0,3	0,3	91	0,0	0,0	28	0,6	0,5	96
7 TAGE	0,7	0,7	104	0,3	0,3	108	1,1	1,1	103
Alles für die Frau	0,9	0,9	95	0,1	0,1	94	1,7	1,6	95
bella	1,1	1,1	105	0,1	0,1	142	2,0	2,1	104
Frau im Trend	0,9	0,8	91	0,1	0,1	95	1,6	1,5	91
tina	3,6	3,7	101	0,2	0,2	116	7,0	7,0	100
Laura	1,1	1,0	92	0,1	0,1	112	2,0	1,8	91
Lea	0,8	0,9	109	0,1	0,1	120	1,5	1,6	108
Lisa	1,8	1,8	101	0,2	0,2	82	3,3	3,4	103
<b>DONNA</b>	0,4	0,4	103	0,0	0,0	127	0,8	0,8	102
<b>myself</b>	0,4	0,4	113	0,1	0,1	57	0,6	0,7	121
Brigitte Woman	1,1	1,1	103	0,1	0,1	93	2,0	2,1	104
COSMOPOLITAN	2,2	2,2	102	0,3	0,2	76	4,0	4,1	104
MADAME	0,7	0,6	88	0,0	0,0	204	1,3	1,1	86
Maxi	0,8	0,6	83	0,1	0,0	34	1,4	1,2	87
PETRA	1,8	1,7	97	0,1	0,0	48	3,5	3,4	98
VOGUE	1,6	1,5	98	0,3	0,4	135	2,8	2,7	94
<b>Rolling Stone</b>	0,4	0,4	114	0,5	0,7	131	0,2	0,2	80
<b>AUTO BILD</b>	4,5	4,5	100	8,6	8,7	101	0,5	0,5	86
<b>AUTO BILD SPORTSCARS</b>	0,5	0,5	109	0,9	1,0	112	0,1	0,1	77
auto motor und sport	3,6	3,4	95	6,8	6,5	96	0,5	0,4	85
AUTO ZEITUNG	1,4	1,3	99	2,6	2,6	102	0,2	0,1	58
AUTOStraßenverkehr	0,6	0,8	126	1,2	1,5	124	0,1	0,1	151
sport auto	0,6	0,6	106	1,1	1,2	106	0,1	0,1	105
<b>SPORT BILD</b>	6,5	6,0	92	12,7	11,8	92	0,5	0,4	77
kicker-sportmagazin	4,5	4,4	98	8,7	8,7	99	0,4	0,2	59
11 Freunde	1,5	1,3	86	2,8	2,5	89	0,2	0,1	57
<b>Ein HERZ für Tiere</b>	1,8	1,7	93	1,2	1,2	98	2,5	2,2	91
<b>COMPUTER BILD</b>	3,5	3,0	86	6,3	5,4	85	0,9	0,8	91
<b>COMPUTER BILD SPIELE</b>	2,2	2,1	96	4,0	3,8	94	0,4	0,5	116
<b>AUDIO VIDEO FOTO BILD</b>	0,6	0,5	87	1,0	0,9	88	0,2	0,2	87
CHIP	2,4	2,5	101	4,4	4,5	102	0,5	0,5	98
CHIP FOTO-VIDEO	0,3	0,4	118	0,5	0,6	110	0,1	0,2	156
<b>B.Z. am Sonntag</b>	0,4	0,3	68	0,6	0,3	54	0,3	0,3	94
<b>BILD DEUTSCHLAND-GESAMT</b>	13,9	14,1	101	18,7	19,1	102	9,3	9,3	100
<b>B.Z.</b>	0,5	0,5	100	0,6	0,6	100	0,4	0,4	100
Berliner Kurier	0,3	0,3	100	0,4	0,4	99	0,2	0,2	101
EXPRESS	0,6	0,6	99	0,8	0,8	100	0,4	0,4	97
Hamburger Morgenpost	0,4	0,4	100	0,4	0,4	100	0,4	0,4	99
Morgenpost für Sachsen	0,2	0,2	100	0,3	0,3	100	0,2	0,2	99
tz	0,3	0,3	99	0,2	0,2	100	0,3	0,3	99

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

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2017 Pressemedien II

Reichweitenübersicht - Vermarktete Titel von Media Impact und ausgewählte Wettbewerber  
 Vergleich ma 2018 Pressemedien I zu ma 2017 Pressemedien II

Basis: Grundgesamtheit ab 14 Jahre (ma 2018 Presse I: 70,09 Mio. / 35.776 gew. Fälle)

	Gesamt			Männer			Frauen		
	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index	Reichweite %		Veränderung: Index
	ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I		ma 2017 Presse II	ma 2018 Presse I	
<b>DIE WELT Gesamt</b>	1,0	<b>1,0</b>	100	1,4	<b>1,4</b>	100	0,7	<b>0,7</b>	100
Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,1	<b>1,1</b>	100	1,4	<b>1,4</b>	100	0,7	<b>0,7</b>	100
Handelsblatt	0,6	<b>0,6</b>	100	1,1	<b>1,1</b>	100	0,2	<b>0,2</b>	100
Süddeutsche Zeitung	1,8	<b>1,8</b>	100	2,2	<b>2,2</b>	100	1,4	<b>1,4</b>	100
die tageszeitung	0,3	<b>0,3</b>	100	0,3	<b>0,3</b>	100	0,3	<b>0,3</b>	100
<b>Berliner Morgenpost</b>	0,3	<b>0,3</b>	100	0,3	<b>0,3</b>	100	0,3	<b>0,3</b>	<b>101</b>
<b>Braunschweiger Zeitung</b>	0,5	<b>0,5</b>	<b>103</b>	0,4	<b>0,4</b>	<b>103</b>	0,6	<b>0,6</b>	<b>102</b>
<b>FUNKE Medien NRW</b>	2,3	<b>2,3</b>	100	2,2	<b>2,2</b>	100	2,4	<b>2,4</b>	100
Hamburger Abendblatt Gesamtausgabe	0,7	<b>0,7</b>	100	0,7	<b>0,7</b>	<b>99</b>	0,7	<b>0,7</b>	100
<b>Zeitungsgruppe Thüringen</b>	1,1	<b>1,1</b>	<b>99</b>	1,0	<b>1,0</b>	<b>99</b>	1,1	<b>1,1</b>	100

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

- Ein Indexwert von 100 entspricht ma 2017 Pressemedien II