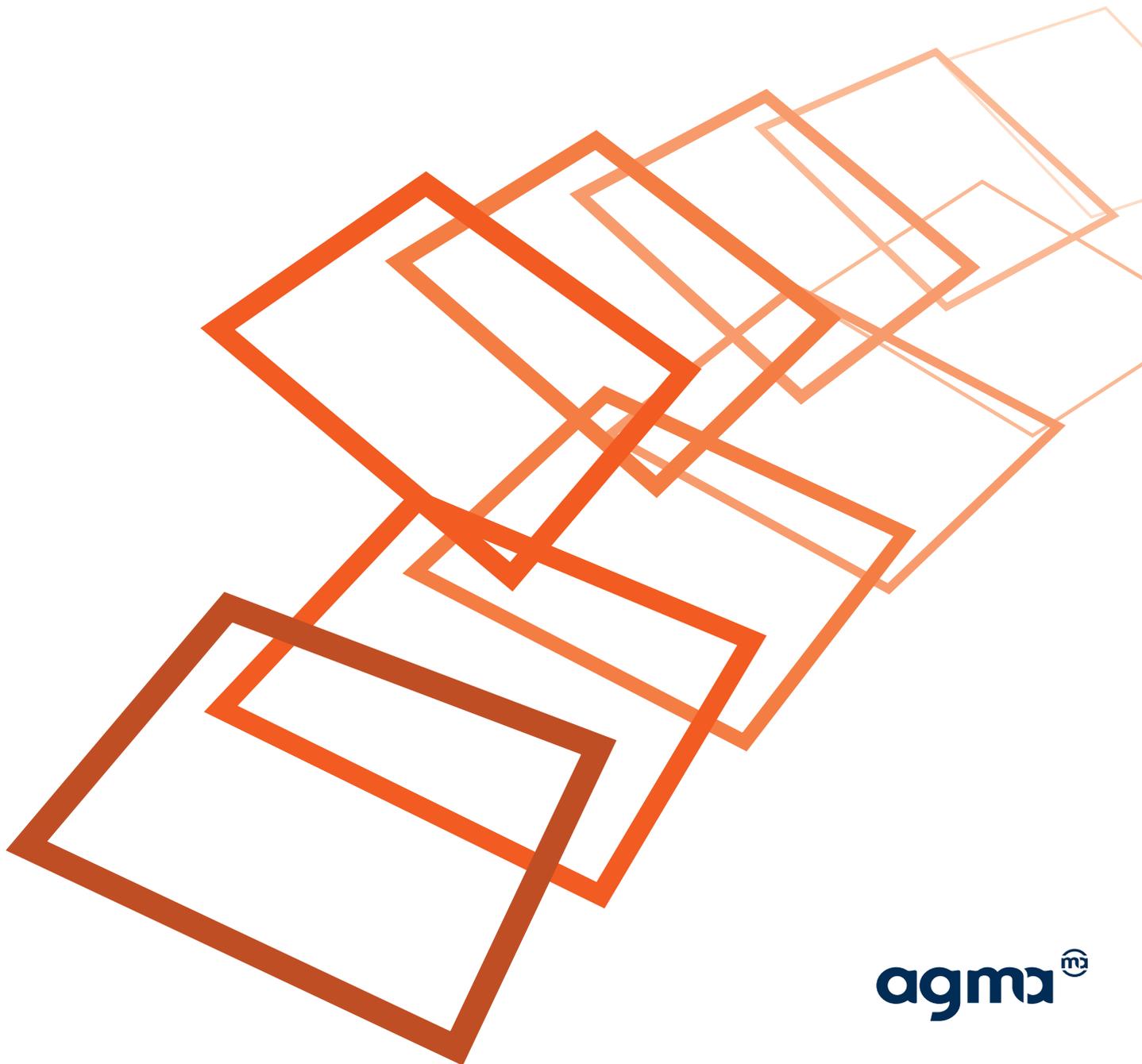


ma 2022 Pressemedien I

Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung

am 26. Januar 2022



Inhalt

<i>Inhalt</i>	1
1. Umfang der Veröffentlichungen	2
2. Richtlinien und Regeln im Umgang mit den ma-Daten	3
3. Untersuchungs-Steckbrief ma 2022 Pressemedien I	3
<i>Grundgesamtheit</i>	3
<i>Fallzahlen</i>	3
<i>Erhebungswellen</i>	4
<i>Durchführende Institute</i>	5
<i>Erhebung und Ausweisung</i>	5
4. Hinweis zu zielgruppenbeschreibenden Merkmalen	5
5. Veränderungen in den Vorspalten ma 2022 Pressemedien I	6
<i>Zeitschriften und Wochenzeitungen</i>	6
<i>Tarifkombinationen</i>	7
<i>Tageszeitungen</i>	9
6. Anhang	10
<i>Anhang 1 – Feldeinsatzplan ma 2022 Pressemedien I</i>	11
<i>Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2022 Pressemedien I</i>	12
<i>Anhang 3 – Redaktionelle Gruppen</i>	14
<i>Anhang 4 – Vorstellung der Zeitschriften</i>	16
<i>Anhang 5 – Veränderungen zur vorhergehenden ma</i>	18
<i>Anhang 6 – Tarifkombinationen</i>	19
<i>Anhang 7 – Merkmale zur Personen- und Haushaltsgewichtung</i>	21
<i>Anhang 8 – Schwankungsbreiten</i>	25
<i>Anhang 9 – Darstellung Bevölkerung in den Tabellen des Dashboards</i>	27
<i>Anhang 10 – Beschreibung des Dashboards „ma 2022 Pressemedien I“</i>	28

1. Umfang der Veröffentlichungen

Am 26. Januar 2022 erscheint die Berichterstattung ma 2022 Pressemedien I.

ma 2022 Pressemedien I

Die **Berichterstattung ma 2022 Pressemedien I** erfolgt auf Basis der Herbstwelle 2020 und der Frühjahrswelle 2021 (Erhebungszeitraum vom 06.09.2020 bis zum 28.07.2021).

Die Gesamtberichterstattung ma 2022 Pressemedien I umfasst:

Download von der agma-Homepage

Für Mitglieder der agma besteht die Möglichkeit, die gesamte Berichterstattung von der Homepage als Pdf-Dateien herunterzuladen:

- den Datensatz Codeplan
- die Datensatz Grundzählung
- die Dokumentation
- den Methoden-Steckbrief
- die Vorabreichweiten für Pressemedien und Kino.

Über das genaue Vorgehen und das erforderliche Passwort werden die Mitglieder der agma in einem gesonderten Schreiben informiert. Die Dateien stehen am 26.01.2022 ab 09.00 Uhr zur Verfügung.

Dashboard Nationale Darstellungen Pressemedien

Das Dashboard ersetzt die Berichtsbände der nationalen Darstellungen Pressemedien (die gedruckte „Rote Broschüre“, den ausführlicheren Berichtsband sowie die Generalübersicht Bevölkerung im Pdf-Format).

Das Dashboard ermöglicht die Leserschaftsdaten Ihrer ma-Mitgliedseinheiten über ein dynamisches, webbasiertes Tool nicht nur grafisch aufbereitet abzurufen, sondern auch im direkten Vergleich mit anderen Titeln nach Zielgruppen-Definitionen, die der Nutzer themenspezifisch vorgeben kann. Einzeldarstellungen der Zeitschriften, Tarifkombinationen, Kino und Lesezirkel sind als EXCEL-Tabellen ebenfalls downloadbar. Das Dashboard ist im Downloadbereich der Berichterstattung ma 2022 Pressemedien I aufrufbar. Eine Kurz-Präsentation zu dem geplanten Dashboard entnehmen Sie dem Anhang des Methoden-Steckbriefs.

Weiterhin werden folgende Berichterstattungsteile in gewohnter Weise angeboten:

- der Datensatz Pressemedien auf Basis Werbeträger- / Werbemittelkontaktchancen
- den Datensatz Codeplan (als Datei im Excel-Format ausschließlich für Datensatzbezieher)

2. Richtlinien und Regeln im Umgang mit den ma-Daten

Bei allen Veröffentlichungen gelten neben den „Richtlinien für die Ausübung von Nutzungsrechten an den Veröffentlichungen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma)“ Stand Dezember 2016, die mit der Einführung des rollierenden Berichtssystems neu formulierten Hinweise im Umgang mit den ma-Daten ab der ma 96 und die „ma-Fusionsrichtlinien“ (Stand: Dezember 2014).

3. Untersuchungs-Steckbrief ma 2022 Pressemedien I

Grundgesamtheit

Für Personen

Deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahren

→ 70,542 Mio.

Für Haushalte

Privathaushalte am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland mit deutschsprachiger Bezugsperson

→ 40,868 Mio.

Quellen

Bevölkerungsstand

→ 31.12.2019, Mikrozensus: 2019

Gebietsstand

→ Fortschreibung auf den Gebietsstand 31.12.2020 durch BIK aufgrund der Veränderungsmitteilungen durch die Statistischen Landesämter.

→ Gemeindedatei GV-ISys: Statistisches Bundesamt Wiesbaden

Fallzahlen (gew. Basis)

Personen

ma 2022 Pressemedien I n= 37.005 (CASI: n= 23.572 / CAWI: n= 13.433)

Haushalte

ma 2022 Pressemedien I n= 36.162 (CASI: n= 22.044 / CAWI: n= 14.118)

Erhebungswellen

ma 2022 Pressemedien I

	CASI	CAWI
Herbstwelle 2020	06.09.2020 – 06.02.2021	01.10.2020 – 03.02.2021
Frühjahrswelle 2021	07.03.2021 - 17.07.2021	08.04.2021 - 28.07.2021

Online-Panels (CAWI) als Ergänzung zum computergestützten Selbstinterview (CASI)

Beginnend mit der Befragungswelle im Herbst 2016 bis zum Frühjahr 2018 wurde die CASI-Stichprobe um einen CAWI-Boost ergänzt (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing). Mithilfe dieses Boost wurden schwieriger zu erreichende junge Menschen zwischen 20 und 34 Jahren befragt, pro Welle ca. 500 Fälle. Seit Herbst 2018 ist die CAWI-Erhebung auf alle Altersklassen ausgeweitet worden und die Fallzahl wurde sukzessive auf bis zu 9.000 Befragte pro Welle (Frühjahr 2020) angehoben.

In der Erhebung CAWI Herbst 2019 wurden erstmals 2.000 CAWI-Interviews mit einer neu entwickelten *CAWImobile*-Befragungssoftware durchgeführt. *CAWImobile* ermöglicht eine Befragung sowohl am PC bzw. Tablet (Darstellung im Querformat) als auch per Smartphone (Hochformat). Die Befragungssoftware passt sich dabei automatisch an die Screengröße des genutzten Endgerätes an. Da die Einführung der neuen Befragungssoftware erfolgreich verlaufen ist, wurde die *CAWImobile*-Erhebung im Frühjahr 2020 dann bei der Durchführung aller CAWI-Fälle angewendet. Somit steht es fortan allen CAWI-Befragten frei, welches Endgerät sie zum Ausfüllen des Fragebogens nutzen.

Quotenauswahl als Ergänzung zum Adress-Random-Verfahren

Als Ergänzung zu dem Adress-Random-Verfahren, das normalerweise bei der Auswahl der CASI-Befragten bei der ma Pressemedien angewendet wird, wurden in der Frühjahrswelle 2018 erstmals von einem Institut die Hälfte der Interviews nach Quotenauswahl durchgeführt. Auch hier wurden die Points wie bei der Random-Stichprobe extern vorgegeben. Anhand von Quotenvorgaben beim Alter, dem Geschlecht und der Schulbildung sowie unter kontinuierlicher Beobachtung weiterer soziodemografischer Daten fand die Erhebung per Quote statt. Auch in der Herbstwelle 2020 und der Frühjahrswelle 2021 wurde ein Teil der Interviews nach Quotenauswahl durchgeführt. Somit handelt es sich bei insgesamt 10 Prozent der Interviews der ma 2022 Pressemedien I um CASI mit Quotenauswahl.

Durchführende Institute

CASI (Adress-Random) = X
CASI (Quotenauswahl) = Q
CAWI = W

	Herbst 2020	Frühjahr 2021
Bilendi	W	W
Forsa Marplan	X	X
GIM	X	X
IFAK	X	X
INFO GmbH	Q	Q
Ipsos	X	X
Payback	-	W
respondi	W	W
Gapfisch	W	W

Erhebung und Ausweisung

	erhoben	ausgewiesen
Zeitschriften / Wochenzeitungen	171 / 173*	152
Supplements / Zeitungsmagazine	2 / 2*	2
Lesezirkel	1	1

*Herbstwelle 2020 / Frühjahrswelle 2021

4. Hinweis zu zielgruppenbeschreibenden Merkmalen

Definition EU27-Bevölkerung

Die Definition EU27-Bevölkerung des Statistischen Bundesamtes schließt im aktuellen Mikrozensus (MZ 2019) Groß-Britannien noch mit ein.

Begründung ist, dass der EU-Austritt des Vereinigten Königreichs am 31. Januar 2020 erfolgte und damit die amtliche Statistik diese Änderung erst im Mikrozensus 2020 umsetzt. Der MZ 2020 steht ab Juli 2022 zur Verfügung.

5. Veränderungen in den Vorspalten ma 2022 Pressemedien I

Zeitschriften und Wochenzeitungen

Neue Titel und deren redaktionelle Eingruppierung

Zur Berichterstattung ma 2022 Pressemedien I hat die Probeerhebung auf Basis von 2 Wellen bestanden:

MAXI (mo) → *Monatliche Frauenzeitschriften*

Ausgeschiedene Titel

- Kinder! (mo)
- GQ (mo) → 3mo

GQ hat zum Jahreswechsel die Erscheinungsweise auf vierteljährlich umgestellt und wurde daher in der Frühjahrswelle 2021 nicht erhoben. Nach Erweiterung der AEAF-Richtlinien (November 2021) und Erscheinen ausreichender Ausgaben als vierteljährlich erscheinende Zeitschrift wird GQ in der Herbstwelle 2021 wieder abgefragt.

Änderung der Erscheinungsweise

- ACE Lenkrad (mo) → 2mo
- Glamour (mo) → 2mo

ACE Lenkrad und Glamour haben zum Jahreswechsel die Erscheinungsweise auf 2monatlich umgestellt und wurden in der Frühjahrswelle 2021 als 2monatlich erscheinender Titel abgefragt. Die Ergebnisse der Frühjahrswelle 2021 wurden in die Altwelle injiziert.

Anpassung der Kino-Reichweiten in der ma 2022 Pressemedien I

Durch die Kontaktbeschränkungen (Covid-19) in der Feldzeit der ma 2022 Pressemedien I ist der Werbeträger Kino von den erhobenen Medien in der Pressemedien-Befragung am stärksten betroffen. In der Berichterstattung der ma 2022 Pressemedien I wäre ein Reichweitenwert zu erwarten, der lediglich 12% der Reichweite vor Corona erreicht.

Aufgrund der zu erwartenden Entspannung der Corona-Pandemie und den anstehenden Lockerungen von Kontaktbeschränkungen, auch durch die fortschreitende Durchimpfung der Bevölkerung, kann dieser originäre Reichweitenwert nicht als Prognosewert für den Gültigkeits-Zeitraum der ma 2022 Pressemedien I genommen werden.

Auf Empfehlung der Technischen Kommission vom 09.09.2021 ist ein Mittelwert aus den letzten 3 Berichterstattungen ma 2020 I bis ma 2021 I als auszuweisenden Wert anzustreben. Das entspricht dem Ergebnis der ma 2020 Pressemedien I, die für eine Reichweitenanpassung in die anstehende ma 2022 I herangezogen wurde.

Tarifkombinationen

Ausweisung von Kombinationen deren Einzeltitel nicht belegbar sind

Aufgrund der geänderten AEAF-Richtlinien (30.11.2018) ist es möglich, bei Titeln die nicht einzeln, sondern nur als Kombination belegbar sind, auf eine Ausweisung des einzeln erhobenen Titels zu verzichten. Jeder Titel dieser Kombination muss jedoch wie bisher mindestens 351 Fälle im WLK erreicht haben, damit die Tarifkombination ausgewiesen werden kann.

Für Tarifkombinationen, deren Mitgliedstitel einzeln belegbar sind, gilt weiterhin, dass diese nur dann ausgewiesen werden können, wenn alle enthaltenen Titel auch einzeln in der ma auch ausgewiesen werden.

Eine Nichtausweisung von nicht-belegbaren Einzeltiteln erfolgt nur auf Antrag des Verlages.

- Die Titel „TV SPIELFILM“ und „TV TODAY“ werden auf Antrag des Verlags nicht mehr einzeln, sondern kombiniert als „TV SPIELFILM PLUS“ ausgewiesen.
- Dies gilt ebenfalls für „tina“ und „bella“, welche kombiniert als „tina plus“ ausgewiesen werden;
- sowie „Freizeit Revue“ und „Freizeit Spaß“ kombiniert als „FreizeitRevue Plus“.
- Wie auch bereits für „Welt am Sonntag“ und „Welt am Sonntag kompakt“, die in der Kombination „WELT am Sonntag“ ausgewiesen werden.

Aufgrund der Nichtausweisung der Einzeltitel der gelisteten Kombinationen werden die genannten Tarifkombinationen in der Berichterstattung bei den Einzeltiteln ausgewiesen.

Neue Tarifkombinationen

Zur ma 2022 Pressemedien I hat sich folgende Tarifkombination neu angemeldet:

FUNKE Millionen Kombi XXL

Bestehend aus:

- die aktuelle
- BILD der FRAU
- HÖRZU
- BILD+FUNK
- DAS GOLDENE BLATT
- ECHO DER FRAU
- frau aktuell
- FRAU IM SPIEGEL
- FRAU von HEUTE
- Gong
- NEUE WELT
- TV für mich

Änderung in der Bezeichnung

Zur ma 2022 Pressemedien I haben sich keine Änderungen in der Bezeichnung von Tarfkombinationen ergeben.

Änderung in der Zusammensetzung

Da „Freizeit Revue“ und „Freizeit Spass“ ab dieser Berichterstattung gemeinsam ausgewiesen werden, ersetzt „FreizeitRevue Plus“ beide Titel in folgenden Tarfkombis:

- BURDA ENTERTAINMENT KOMBI
- BURDA ENTERTAINMENT WOMEN
- BURDA FREIZEIT TRIO
- Burda Klambt WEEKLY POWER
- BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND
- BURDA SUPER ENTERTAINMENT WOMEN
- BURDA WEEKLY POWER

Eine Ausnahme bildet die „BURDA SUPER FREIZEIT“, hier ist lediglich „Freizeit Revue“ Bestandteil der Kombination.

Tageszeitungen

Änderung in der Zusammensetzung

- RegioSmart
- SCORE MEDIA Group, Score MAX
- SCORE MEDIA Group, Score L-Städte
- SCORE MEDIA Group, Score M-Städte
- SCORE MEDIA Group, Score S-Städte
- SCORE MEDIA Group, Score Metropolregionen



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Frankfurt am Main, 23. Dezember 2021

6. Anhang

Anhang 1 - Feldeinsatzplan ma 2022 Pressemedien I

Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2022 Pressemedien I

Anhang 3 - Redaktionelle Gruppen

Anhang 4 – Vorstellung der Zeitschriften

Anhang 5 – Veränderungen zur vorhergehenden ma

Anhang 6 - Tarifkombinationen

Anhang 7 – Merkmale zur Personen- und Haushaltsgewichtung

Anhang 8 – Schwankungsbreiten

Anhang 9 – Darstellung Bevölkerung in den Tabellen des Dashboards

Anhang 10 – Beschreibung des Dashboards „ma 2022 Pressemedien I“

Anhang 1 – Feldeinsatzplan ma 2022 Pressemedien I

KW					Herbstwelle 20		Frühjahrswelle 21	
					2. Welle 2021		1. Welle 2022	
					CASI	CAWI	CASI	CAWI
September	37	06.09.2020	-	12.09.2020	X			
September	38	13.09.2020	-	19.09.2020	X			
September	39	20.09.2020	-	26.09.2020	X			
September	40	27.09.2020	-	03.10.2020	X	X		
Oktober	41	04.10.2020	-	10.10.2020	X	X		
Oktober	42	11.10.2020	-	17.10.2020	X	X		
Oktober	43	18.10.2020	-	24.10.2020	X	X		
Oktober	44	25.10.2020	-	31.10.2020	X	X		
November	45	01.11.2020	-	07.11.2020	X	X		
November	46	08.11.2020	-	14.11.2020	X	X		
November	47	15.11.2020	-	21.11.2020	X	X		
November	48	22.11.2020	-	28.11.2020	X	X		
November	49	29.11.2020	-	05.12.2020	X	X		
Dezember	50	06.12.2020	-	12.12.2020	X	X		
Dezember	51	13.12.2020	-	19.12.2020	X	X		
Dezember	52	20.12.2020	-	26.12.2020	Winterpause			
Dezember	1	27.12.2020	-	02.01.2021				
Januar	2	03.01.2021	-	09.01.2021	Erhebungspause			
Januar	3	10.01.2021	-	16.01.2021				
Januar	4	17.01.2021	-	23.01.2021	X	X		
Januar	5	24.01.2021	-	30.01.2021	X	X		
Januar	6	31.01.2021	-	06.02.2021	X	X		
Februar	7	07.02.2021		13.02.2021	Erhebungspause			
Februar	8	14.02.2021		20.02.2021				
Februar	9	21.02.2021		27.02.2021	Erhebungspause			
Februar	10	28.02.2021		06.03.2021				
März	11	07.03.2021		13.03.2021			X	
März	12	14.03.2021		20.03.2021			X	
März	13	21.03.2021		27.03.2021			X	
März	14	28.03.2021		03.04.2021			X	
April	15	04.04.2021		10.04.2021			X	X
April	16	11.04.2021		17.04.2021			X	X
April	17	18.04.2021		24.04.2021			X	X
April	18	25.04.2021		01.05.2021			X	X
Mai	19	02.05.2021		08.05.2021			X	X
Mai	20	09.05.2021		15.05.2021			X	X
Mai	21	16.05.2021		22.05.2021			X	X
Mai	22	23.05.2021		29.05.2021			X	X
Mai	23	30.05.2021		05.06.2021			X	X
Juni	24	06.06.2021		12.06.2021			X	X
Juni	25	13.06.2021		19.06.2021			X	X
Juni	26	20.06.2021		26.06.2021			X	X
Juni	27	27.06.2021		03.07.2021			X	X
Juli	28	04.07.2021		10.07.2021			X	X
Juli	29	11.07.2021		17.07.2021			X	X
Juli	30	18.07.2021		24.07.2021				X
Juli	31	25.07.2021		31.07.2021				X

X = Einsatzwoche

X = CAWI

Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2022 Pressemedien I

Publikumszeitschriften		Tarifkombinationen	
BILD am SONNTAG	wö	Barbara	mo
BUNTE	wö	Brigitte Woman	mo
Closer	wö	burda style	mo
Gala	wö	COSMOPOLITAN	mo
Grazia	wö	COUCH	mo
IN - LEUTE-LIFESTYLE-LEBEN	wö	DONNA	mo
InTouch	wö	ELLE	mo
OK!	wö	InStyle	mo
SUPERillu	wö	JOLIE	mo
FOCUS	wö	Joy	mo
DER SPIEGEL	wö	MADAME	mo
stern	wö	Maxi	mo
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wö	myself	mo
WELT AM SONNTAG	wö	PETRA	mo
DIE ZEIT	wö	Shape	mo
VIEW	mo	VITAL	mo
auf einen Blick	wö	VOGUE	mo
BILD+FUNK	wö	WOMEN'S HEALTH	mo
BILDWOCHE	wö	GLAMOUR	2mo
Fernsehwoche	wö	Eltern	mo
FUNK UHR	wö	Eltern family	mo
Gong	wö	Leben & Erziehen	mo
HÖRZU	wö	BRAVO	mo
Super TV	wö	Gartenspaß	mo
tv Hören und Sehen	wö	Das Haus	mo
TV klar	wö	Lisa Blumen & Pflanzen	mo
TV neu!	wö	Lisa Wohnen & Dekorieren	mo
die 2	wö	Living at Home	mo
Prisma	wö	Mein schöner Garten	mo
rtv	wö	SCHÖNER WOHNEN	mo
TV DIGITAL	14	Wohnen & Garten	mo
TV für mich	14	WOHNIDEE	mo
TV Movie	14	selbst ist der Mann	mo
TV Piccolino	14	Chefkoch Magazin	mo
TV SPIELFILM plus	14	essen&trinken	mo
tv14	14	essen&trinken Für jeden Tag	mo
TVdirekt	14	Der Feinschmecker	mo
tv pur	mo	kochen & genießen	mo
die aktuelle	wö	LECKER	mo
Avanti	wö	Lisa Kochen & Backen	mo
ECHO DER FRAU	wö	Mein Buffet	mo
frau aktuell	wö	Mein Lieblingsrezept	mo
Frau mit Herz	wö	meine Familie & ich	mo
FRAU IM SPIEGEL	wö	REZEPTE pur	mo
FreizeitRevue Plus	wö	tina Koch&Back-Ideen	mo
FREIZEITWOCHE	wö	CINEMA	mo
GLÜCKS REVUE	wö	MEN'S HEALTH	mo
DAS GOLDENE BLATT	wö	Playboy	mo
mach mal Pause	wö	AUTO BILD	wö
Mini	wö	AUTO MOTOR UND SPORT	14
das neue	wö	AUTO ZEITUNG	14
DAS NEUE BLATT	wö	AUTO STRASSENVERKEHR	14
DIE NEUE FRAU	wö	ACE LENKRAD	2mo
Neue Post	wö	AUTO BILD SPORTSCARS	mo
NEUE WELT	wö	SPORT AUTO	mo
neue Woche	wö	MOTORRAD	14
Schöne WOCHE	wö	kicker-sportmagazin (Montagsausgabe)	wö
Viel Spaß	wö	SPORT BILD	wö
WOCHE DER FRAU	wö	11 Freunde	mo
7 TAGE	wö	Art	mo
Alles für die Frau	wö	GEO	mo
BILD der FRAU	wö	GEOSAISON	mo
Frau im Trend	wö	NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	mo
tina plus	wö	P.M.	mo
FRAU von HEUTE	wö	Welt der Wunder	mo
Laura	wö	COMPUTER BILD	14
Lea	wö	CHIP	mo
Lisa	wö	AUDIO VIDEO FOTO BILD	mo
Brigitte	14	CHIP FOTO-VIDEO	mo
freundin	14	ÖKO-TEST	mo
FÜR SIE	14	FOCUS-MONEY	wö
Meins	14	Wirtschaftswoche	wö
		Capital	mo
		Guter Rat	mo
		manager magazin	mo
		B.Z. am Sonntag	wö
		AS-MÄNNER CONNEX	
		AS-SUPER MÄNNER CONNEX	
		B.Z.-Sonntagskombi	
		BASIS PROGRAMM	
		BAUER BEST AGE Kombi	
		BAUER FOOD KOMBINATION	
		BAUER MILLIONEN SUPERKOMBİ	
		BILD am SONNTAG / Deutschland-GES (incl. B.Z. a. S.)	
		BURDA ENTERTAINMENT KOMBİ	
		BURDA ENTERTAINMENT WOMEN	
		BURDA FREIZEIT TRIO	
		Burda Klambt WEEKLY POWER	
		BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND	
		BURDA SUPER ENTERTAINMENT WOMEN	
		BURDA SUPER FREIZEIT	
		BURDA WEEKLY POWER	
		CC FREIZEIT	
		CHIP Digital Imaging Kombi	
		Consumer Combination	
		F.A.Z. + F.A.S. Kluge Köpfe Kombi	
		Flower Power-Kombination I	
		Flower Power-Kombination II	
		FOCUS-BlueChip-Kombi	
		Frauen Premium Kombi	
		Frauen Premium Kombi Plus	
		FUNKE BEST LIFE KOMBİ	
		FUNKE BESTSELLER PROGRAMM KOMBİ	
		FUNKE FRAUEN KOMBİ SERVICE	
		FUNKE FRAUEN KOMBİ WEEKLY	
		FUNKE FRAUEN KOMBİ WEEKLY PLUS	
		FUNKE MILLIONEN KOMBİ	
		FUNKE MILLIONEN KOMBİ plus	
		FUNKE MILLIONEN KOMBİ XXL	
		FUNKE PEOPLE POWER	
		FUNKE WASO-FRAUEN-VIER	
		FUNKE WOMEN S BEST KOMBİ	
		Gong plus	
		HALL OF FAME	
		Intouch / Closer-Kombination	
		Klambt Mega Kombi	
		Klambt Programm Weekly Neu	
		Klambt Programm Weekly++	
		KLAMBT SUPER MEGA KOMBİ ++	
		Klambt Super Mega Kombi Neu	
		Klassik Frauen 2	
		LISA TREND KOMBİ	
		Marktführer-Kombi BurdaHome	
		Media Impact TZ XXL	
		REPUBLIC weekend (F.A.Z. + F.A.S. + SZ)	
		tina bella Laura Alles für die Frau Kombination	
		tina bella Laura Kombination	
		TV Movie tv14 KOMBİ	
		WELT Print Gesamt (Sa./So.+Mo.-Fr.)	

Tageszeitungen

MetropolKombi München-Landshut (AZ+Lands.Ztg.)

*Abendzeitung München

Berliner Kurier

BILD DEUTSCHLAND GESAMT

B.Z.

BILD DEUTSCHLAND WEST GESAMT

BILD BERLIN BRANDENBURG GESAMT

BILD DEUTSCHLAND OST GESAMT

EXPRESS

Hamburger Morgenpost

Morgenpost für Sachsen

tz

red impact

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Handelsblatt

REPUBLIC workday (F.A.Z. + SZ)

Süddeutsche Zeitung

taz die tageszeitung

DIE WELT (Mo.-Fr.)

Media Impact TZ ABO Mo.-Sa.

Media Impact TZ Regio Abo

Media Impact TZ XL

SCORE MEDIA Group, Score MAX

SCORE MEDIA Group, Score L-Städte

SCORE MEDIA Group, Score M-Städte

SCORE MEDIA Group, Score S-Städte

SCORE MEDIA Group, Score Metropolregionen

Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten

ACN-Gesamt

ACN-Gesamt Abo-Zeitungen

Augsburger Allgemeine mit Allgäuer Zeitung Gesamtausgabe

*Allgäuer Zeitung (Südausgabe)

*Augsburger Allgemeine (Nordausgabe)

Badische Neueste Nachrichten

Badische Zeitung

Berliner Zeitung

bremenplus

*Bremer Anzeigenblock - Weser Kurier

By Reisekombi classic

DONAUKURIER

DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN

Fränkischer Tag / MGO Total

Freie Presse

FUNKE Medien Berlin, Berliner Morgenpost Gesamt

FUNKE Medien Hamburg, Hamburger Abendblatt Gesamt

FUNKE Medien Niedersachsen, Braunschweiger Zeitung Gesamt

*FUNKE Medien Niedersachsen, Braunschweiger Ztg. BZ/Region

FUNKE Medien Nordrhein-Westfalen, Gesamtausgabe inkl. IKZ

FUNKE Medien Thüringen, Gesamtausgabe

General-Anzeiger Bonn

GÖTTINGER TAGEBLATT mediakombi

HAZ-Total

*HAZ-Nielsen-Ballungsraumausgabe

*HAZ/NP-Hannover

Heilbronner Stimme

Hessen-Kombi

Kieler Nachrichten Gesamtausgabe

Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau

Lausitzer Rundschau

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG Hauptausgabe

Lübecker Nachrichten Gesamtausgabe

Main-Echo

MAIN-POST

Märkische Allgemeine

Märkische Oderzeitung Ges. + Märkische Zeitung Ges.

*Märkische Oderzeitung

Mittelbadische Presse

Mittelbayerische Zeitung

Mitteldeutsche Zeitung Gesamt + Naumburger Tageblatt

mrw Mediaregion Ruhrgebiet/Westfalen

*Recklinghäuser Zeitung

*mrw 2200 Ruhr Nachrichten + Hellweger Anzeiger

Münchner Merkur Gesamtausgabe

Münchner Merkur/tz Gesamtausgabe

*Münchner Merkur/tz Großraumausgabe

*Münchner Merkur Großraumausgabe

Neue Osnabrücker Zeitung Gesamtausgabe A-G

Der neue Tag

Nordbayerischer Kurier

Nordkurier

Nordwest-Zeitung/ZN Regio 1

*Nordwest Zeitung

Nürnberger Nachrichten/Nürnberger Zeitung

OFFENBACH-POST

Ostsee Zeitung Gesamtausgabe

Passauer Neue Presse Gesamt

Pforzheimer Zeitung

RegioSmart

Reutlinger General-Anzeiger

Rheinische Post

RheinMainMedia Gesamt

Die Rheinpfalz

Rhein-Zeitung

Saarbrücker Zeitung

Sächsische Zeitung Plus

shp Schleswig-Holstein Presse

*sh:z Gesamtausgabe

Schwäbische Zeitung

Schwarzwälder Bote

Schweriner Volkszeitung

Siegener Zeitung

Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung

STUTTGARTER ZEITUNG Anzeigengemeinschaft PLUS

*Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten PLUS

SÜDKURIER

Südwest Presse

Der Tagesspiegel

TARGET.hamburg

Trierischer Volksfreund

VOLKSSTIMME

VRM Tageszeitungen Mittelhessen

VRM Tageszeitungen Rhein-Main

DIE WELT (Mo.-Fr.) Hamburg

Westdeutsche Zeitung Plus

Westfälischer Anzeiger

WESTFALEN-BLATT Gesamtausgabe

Zeitungsgruppe Neue Westfälische

ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar

ZGW-Klassik

*Die Glocke

*ZGM Zeitungsgruppe Münsterland

ZweiLänderKombi

*Frankenpost Hochfranken

*Neue Presse Hauptausgabe

*OberfrankenKombi

*Südthüringer Presse Hauptausgabe

Anhang 3 – Redaktionelle Gruppen

Titel der Zeitschriften		Gebildet aus den Feldern		FRAU von HEUTE		wö		119	
p-Wert (Formel)	Gruppe			Laura	wö	132			
Teil B				Lea	wö	133			
				Lisa	wö	134			
420	152 ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (alle Titel, inkl. Wochen- und Sonntagszeitungen und Supplements)*	425	3.2	4 14-tägliche Frauenzeitschriften					
421	145 Zeitschriften insgesamt (ohne WELT am SONNTAG, WELT am SONNTAG kompakt, DIE ZEIT, FAS, B.Z. am Sonntag und Supplements)			Brigitte	14	85			
	*WELT am SONNTAG, WELT am SONNTAG kompakt, TV SPIELFILM, TV TODAY, tina und bella, Freizeit Revue und Freizeit Spaß werden hier einzeln gezählt.	426	3.3	18 Monatliche Frauenzeitschriften	freundin	14	87		
				FÜR SIE	14	88			
				Meins	14	89			
422	1. 17 Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen*			Barbara	mo	17			
	BILD am SONNTAG	wö	104	Brigitte Woman	mo	19			
	BUNTE	wö	107	burda style	mo	20			
	Closer	wö	109	COSMOPOLITAN	mo	27			
	Gala	wö	123	COUCH	mo	26			
	Grazia	wö	127	DONNA	mo	28			
	IN - LEUTE LIFESTYLE LEBEN	wö	129	ELLE	mo	29			
	InTouch	wö	130	InStyle	mo	42			
	OK!	wö	143	JOLIE	mo	43			
	SUPERillu	wö	148	Joy	mo	44			
	FOCUS	wö	112	MADAME	mo	53			
	DER SPIEGEL	wö	145	Maxi	mo	55			
	stern	wö	147	myself	mo	61			
	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wö	114	PETRA	mo	65			
	WELT AM SONNTAG	wö	155	Shape	mo	70			
	DIE ZEIT	wö	158	VITAL	mo	75			
	VIEW	mo	74	VOGUE	mo	76			
			427	WOMEN'S HEALTH	mo	79			
				1 Zweimonatliche Frauenzeitschriften					
				GLAMOUR	2mo	13			
				4. Familienzeitschriften					
				3 Elternzeitschriften					
423	2. Programmpresse			Eltern	mo	30			
	23 Programmzeitschriften			Eltern family	mo	31			
	auf einen Blick	wö	100	Leben & Erziehen	mo	48			
	BILD+FUNK	wö	103	1 Musik- und Jugend- Zeitschrift					
	BILDWOCHE	wö	106	BRAVO	mo	18			
	Fernsehwoche	wö	111	6. Zeitschriften für Wohnen und Leben					
	FUNK UHR	wö	122	9 Wohn-/Gartenzeitschriften					
	Gong	wö	126	Gartenspaß	mo	36			
	HÖRZU	wö	128	Das Haus	mo	41			
	Super TV	wö	149	Lisa Blumen & Pflanzen	mo	49			
	tv Hören und Sehen	wö	151	Lisa Wohnen & Dekorieren	mo	51			
	TV klar	wö	152	Living at Home	mo	52			
	TV neu!	wö	153	Mein schöner Garten	mo	58			
	die 2	wö	159	SCHÖNER WOHNEN	mo	68			
	Prisma	wö	161	Wohnen & Garten	mo	78			
	rtv	wö	162	WOHNIDEE	mo	80			
	TV DIGITAL	14	92	1 Do it yourself					
	TV für mich	14	94	selbst ist der Mann	mo	69			
	TV Movie	14	95	12 Ess-Zeitschriften					
	TV Piccolino	14	96	Chefkoch Magazin	mo	22			
	TV SPIELFILM plus	14	97	essen&trinken	mo	32			
	tv14	14	91	essen&trinken Für jeden Tag	mo	33			
	TVdirekt	14	93	Der Feinschmecker	mo	34			
			432	kochen & genießen	mo	46			
				LECKER	mo	47			
				Lisa Kochen & Backen	mo	50			
				Mein Buffet	mo	56			
				Mein Lieblingsrezept	mo	57			
				meine Familie & ich	mo	59			
				REZEPTE pur	mo	67			
				tina Koch&Back-Ideen	mo	72			
				3 Lifestyle/Erotik					
				CINEMA	mo	25			
				MEN'S HEALTH	mo	60			
				Playboy	mo	66			
				8 Motorpresse					
				AUTO BILD	wö	101			
				AUTO MOTOR UND SPORT	14	82			
				AUTO ZEITUNG	14	83			
				AUTO STRASSENVERKEHR	14	84			
				ACE LENKRAD	2mo	12			
				AUTO BILD SPORTSCARS	mo	16			
				SPORT AUTO	mo	71			
				MOTORRAD	14	90			
424	3. 3.1 Frauenzeitschriften								
	32 Wöchentliche Frauenzeitschriften								
	die aktuelle	wö	98						
	Avanti	wö	102						
	ECHO DER FRAU	wö	110						
	frau aktuell	wö	115						
	Frau mit Herz	wö	118						
	FRAU IM SPIEGEL	wö	116						
	FreizeitRevue Plus	wö	120						
	FREIZEITWOCHE	wö	121						
	GLÜCKS REVUE	wö	124						
	DAS GOLDENE BLATT	wö	125						
	mach mal Pause	wö	135						
	Mini	wö	136						
	das neue	wö	137						
	DAS NEUE BLATT	wö	138						
	DIE NEUE FRAU	wö	139						
	Neue Post	wö	140						
	NEUE WELT	wö	141						
	neue Woche	wö	142						
	Schöne WOCHE	wö	144						
	Viel Spaß	wö	154						
	WOCHE DER FRAU	wö	157						
	7 TAGE	wö	160						
	Alles für die Frau	wö	99						
	BILD der FRAU	wö	105						
	Frau im Trend	wö	117						
	tina plus	wö	150						

435	9.	3 Sportzeitschriften		
		kicker-sportmagazin (Montagsausgabe)	wö	131
		SPORT BILD	wö	146
		11 Freunde	mo	81
	10.	Zeitschriften für Kultur/Natur/Wissenschaft		
436	10.1	6 Wissenschaft/Technik/Kultur		
		Art	mo	14
		GEO	mo	37
		GEOSAISON	mo	38
		NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	mo	62
		P.M.	mo	64
		Welt der Wunder	mo	77
437	10.2	4 Unterhaltungs-Elektronik/ Computer-Zeitschriften		
		COMPUTER BILD	14	86
		CHIP	mo	23
		AUDIO VIDEO FOTO BILD	mo	15
		CHIP FOTO-VIDEO	mo	24
438	10.3	1 Ökologie und Umwelt		
		ÖKO-TEST	mo	63
439	11.	5 Wirtschaftspresse		
		FOCUS-MONEY	wö	113
		Wirtschaftswoche	wö	156
		Capital	mo	21
		Guter Rat	mo	40
		manager magazin	mo	54
440	12.	1 Regionale Sonntagszeitung		
		(nicht Bestandteil von Zeitschriften insgesamt)		
		B.Z. am Sonntag	wö	108

Anhang 4 – Vorstellung der Zeitschriften

Vorstellung der Zeitschriften		Inlandsauflage Durchschnitt IV. Quartal 2020 - III. Quartal 2021 nach Verlagsangaben und IVW-Auflagenstatistik											Hochrechnung in Mio. (LpA)		Leser pro Exemplar (LpE)				
		Erscheinungsweise	Format geschlossen (mm)	Einzelpreis pro Heft (Euro)	Erscheinungstag	Druckart	Auflagenstruktur in %										Auflage in 1000		
							f.d. Einzelverkauf gel. abz. Remitt.	sonst. Verkauf	Leserzettel	Bordexemplare	verk. Auflage	Freistücke Werbeexemplare					verbreitete Auflage (=100%)	verkaufte Auflage	verk.
Format, Einzelpreis, Erscheinungstag, Druckart, Auflagenstruktur	Standard: 1.12.2021	ABO	EV	sonst. V	LZ	Bordex.	verk.	frei	verk.	verk.	verk.	Hochrechnung in Mio. (LpA)	Leser pro Exemplar (LpE)						
BILD am SONNTAG	wöchentlich	285x400	2,45 €	Sonntag	Coldset	9,5	83,0	2,1	0,0	4,2	98,9	0,0	663	655	6,45	9,7			
BUNTE	wöchentlich	215x289	3,90 €	Donnerstag	Offset	28,2	47,7	0,3	22,5	0,1	98,8	1,2	305	302	2,70	8,8			
Closer	wöchentlich	210 x280	2,40 €	Mittwoch	Offset/Tief	5,8	80,6	6,6	6,7	0,0	99,8	0,2	51	51	0,33	6,4			
Gala	wöchentlich	229x302	3,70 €	Mittwoch	Tief	27,7	26,6	8,4	32,0	2,8	97,5	2,5	143	139	1,95	13,7			
Grazia	wöchentlich	225x290	3,10 €	Mittwoch	Tief/Offset	48,7	25,2	2,1	19,4	0,0	95,4	4,6	56	53	0,27	4,9			
IN - LEUTE-LIFESTYLE-LEBEN	wöchentlich	210x280	2,40 €	Mittwoch	Tief	39,9	43,5	3,3	10,4	0,0	97,2	2,8	42	41	0,37	8,8			
InTouch	wöchentlich	210x280	2,49 €	Mittwoch	Offset/Tief	11,0	68,9	7,1	12,5	0,0	99,5	0,5	52	52	0,50	9,6			
OK!	wöchentlich	210x280	2,40 €	Mittwoch	Tief	34,3	50,1	4,1	7,1	0,0	95,5	4,5	49	47	0,37	7,6			
SUPERillu	wöchentlich	210x280	2,00 €	Donnerstag	Tief	39,4	52,4	0,5	1,9	5,0	99,2	0,8	194	192	1,25	6,4			
FOCUS	wöchentlich	210x267	4,70 €	Samstag	Tief	69,5	14,3	2,0	13,1	0,2	99,0	1,0	251	249	3,18	12,6			
DER SPIEGEL	wöchentlich	212x280	5,80 €	Samstag	Offset	59,5	20,1	11,6	7,7	0,2	99,1	0,9	621	615	4,48	7,2			
stern	wöchentlich	213x285	4,90 €	Mittwoch	Tief	43,8	24,3	4,3	20,3	6,3	99,0	1,0	358	355	4,35	12,1			
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wöchentlich	528x371	4,50 €	Sonntag	Offset	69,3	14,4	7,6	0,0	4,1	95,4	2,6	217	207	0,74	3,4			
WELT AM SONNTAG ¹⁾	wöchentlich			Sonntag		27,8	37,3	17,4	0,0	14,3	96,8	4,4	304	294	1,01	3,3			
DIE ZEIT	wöchentlich	400x570	5,70 €	Donnerstag	Zeitungsoffset	72,8	11,6	11,6	0,0	0,0	96,0	2,2	599	575	1,59	2,6			
VIEW	monatlich	224x312	4,70 €	Samstag	Offset/Tief	30,0	54,8	6,5	6,2	1,1	98,5	1,5	54	53	0,48	9,0			
auf einen Blick	wöchentlich	225x285	1,59 €	Donnerstag	Tief	31,5	68,1	0,0	0,1	0,0	99,8	0,2	595	594	1,65	2,8			
BILD+FUNK	wöchentlich	221x284	2,10 €	Freitag	Offset/Tief	86,7	11,3	0,1	0,9	0,0	99,0	1,0	94	94	0,67	7,0			
BILD WOCHE	wöchentlich	225x309	1,49 €	Donnerstag	Tief	29,1	67,8	0,1	0,0	0,0	97,0	3,0	60	58	0,40	6,8			
Fernsehwoche	wöchentlich	225x285	1,59 €	Freitag	Tief	45,7	53,9	0,0	0,2	0,0	99,8	0,2	249	248	1,28	5,2			
FUNK UHR	wöchentlich	225x285	1,49 €	Freitag	Tief	47,3	51,6	0,1	0,4	0,0	99,3	0,7	292	290	0,93	3,2			
Gong	wöchentlich	221x284	2,10 €	Freitag	Offset/Tief	69,9	28,7	0,3	0,3	0,0	99,3	0,7	166	165	0,74	4,5			
HÖRZU	wöchentlich	221x284	2,10 €	Freitag	Tief	61,5	33,8	2,1	2,3	0,0	99,7	0,3	833	831	3,82	4,6			
Super TV	wöchentlich	221x285	1,49 €	Donnerstag	Tief	65,2	33,9	0,1	0,0	0,0	99,3	0,7	119	118	0,41	3,4			
tv Hören und Sehen	wöchentlich	225x285	2,10 €	Freitag	Tief/Offset	62,4	36,5	0,1	0,6	0,0	99,5	0,5	455	452	1,98	4,4			
TV klar	wöchentlich	225x285	0,99 €	Donnerstag	Tief	24,7	75,0	0,0	0,1	0,0	99,8	0,2	97	97	0,67	6,9			
TV neu!	wöchentlich	225x280	0,99 €	Mittwoch	Tief	18,1	80,8	0,1	0,0	0,0	99,0	1,0	33	33	0,38	11,5			
die 2	wöchentlich	221x285	1,59 €	Samstag	Tief	16,5	82,1	0,1	0,1	0,0	98,7	1,3	53	52	0,27	5,1			
Prisma	wöchentlich	203x250	- €	Montag	Rotationstiefdruck	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,436	0	6,42	1,0			
rtv ²⁾	wöchentlich	197x240	- €		0 Rotations-Tiefdruck	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,63	0,0			
TV DIGITAL	14täglich	221x284	2,10 €	Freitag	Tief	60,3	37,7	1,6	0,2	0,0	99,8	0,2	973	970	3,63	3,7			
TV für mich	14täglich	221x304	1,20 €	Donnerstag	Tief/Offset	10,7	88,3	0,8	0,0	0,0	99,8	0,2	395	394	0,86	1,7			
TV Movie	14täglich	225x285	2,10 €	Freitag	Tief/Offset	45,0	54,1	0,4	0,2	0,0	99,7	0,3	693	691	4,69	6,8			
TV Piccolino	14täglich	205x264	0,99 €	Donnerstag	Tief	5,5	94,0	0,2	0,0	0,0	99,7	0,3	189	188	0,45	2,4			
TV SPIELFILM plus ³⁾	14täglich	0	- €	0	0	50,1	48,4	0,2	0,8	0,0	99,5	0,5	748	744	3,93	5,3			
tv14	14täglich	225x285	1,29 €	Donnerstag	Offset/Tief	18,8	80,9	0,0	0,0	0,0	99,8	0,2	1.721	1.718	3,86	2,2			
TVdirekt	14täglich	221x284	1,29 €	Donnerstag	Offset/Tief	14,6	83,6	0,0	1,6	0,0	99,7	0,3	821	819	1,65	2,0			
tv pur	monatlich	210x265	0,98 €	Donnerstag	Offset/Tief	2,1	97,8	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	572	572	1,05	1,8			
die aktuelle	wöchentlich	210x268	1,90 €	Samstag	Tief	9,1	83,8	1,4	5,5	0,0	99,9	0,1	238	238	1,38	5,8			
Avanti	wöchentlich	213x290	0,69 €	Mittwoch	Tief	0,8	99,1	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	48	48	0,25	5,1			
ECHO DER FRAU	wöchentlich	212x280	1,89 €	Mittwoch	Tief	37,0	54,0	0,2	8,4	0,0	99,6	0,4	103	102	0,33	3,2			
frau aktuell	wöchentlich	212x280	1,89 €	Samstag	Tief	31,5	54,1	0,2	13,6	0,0	99,5	0,5	82	81	0,61	7,5			
Frau mit Herz	wöchentlich	215x280	1,89 €	Samstag	Tief	34,9	62,0	0,0	0,3	0,0	97,3	2,7	37	36	0,31	8,2			
FRAU IM SPIEGEL	wöchentlich	212x273	2,00 €	Mittwoch	Tief	12,8	63,8	0,4	22,8	0,0	99,8	0,2	153	153	0,72	4,7			
FreizeitRevue Plus ⁴⁾	wöchentlich					13,1	80,4	0,1	6,0	0,0	99,7	0,3	703	702	1,99	2,8			
FREIZEITWOCHE	wöchentlich	225x285	1,09 €	Mittwoch	Tief	2,3	97,6	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	304	304	0,51	1,7			
GLÜCKS REVUE	wöchentlich	215x280	1,49 €	Mittwoch	Tief	21,7	64,8	0,2	12,8	0,0	99,4	0,6	57	56	0,77	13,6			
DAS GOLDENE BLATT	wöchentlich	212x280	1,90 €	Samstag	Tief	23,7	63,6	0,0	12,5	0,0	99,8	0,2	132	132	1,06	8,0			
mach mal Pause	wöchentlich	210x280	1,49 €	Mittwoch	Tief	25,9	73,1	0,1	0,6	0,0	99,7	0,3	53	53	0,46	8,8			
Mini	wöchentlich	210x280	0,99 €	Mittwoch	Tief	3,8	96,0	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	43	43	0,20	4,6			
das neue	wöchentlich	210x280	1,89 €	Samstag	Tief	9,1	86,4	4,1	0,2	0,0	99,9	0,1	77	76	0,22	2,9			
DAS NEUE BLATT	wöchentlich	225x285	1,89 €	Mittwoch	Tief	8,5	87,3	0,0	4,0	0,0	99,8	0,2	250	250	1,05	4,2			
DIE NEUE FRAU	wöchentlich	215x280	1,09 €	Mittwoch	Tief	2,1	97,2	0,1	0,1	0,0	99,5	0,5	106	105	0,17	1,6			
Neue Post	wöchentlich	225x285	1,89 €	Mittwoch	Tief	10,4	84,3	0,0	5,1	0,0	99,8	0,2	318	317	1,40	4,4			
NEUE WELT	wöchentlich	212x280	1,89 €	Mittwoch	Tief	16,5	69,3	0,2	13,3	0,0	99,3	0,7	106	105	0,47	4,4			
neue Woche	wöchentlich	223x285	1,39 €	Freitag	Tief	3,0	96,3	0,0	0,5	0,0	99,8	0,2	144	144	0,31	2,2			
Schöne WOCHE	wöchentlich	210x280	0,79 €	Mittwoch	Tief	0,3	99,7	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	137	137	0,34	2,5			
Viel Spaß	wöchentlich	223 x 285	0,79 €	Mittwoch	Tief	0,6	99,3	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	136	136	0,34	2,5			
WOCHE DER FRAU	wöchentlich	215x280	1,09 €	Mittwoch	Tief	2,3	96,3	0,1	0,0	0,0	98,8	1,2	86	85	0,16	1,8			
7 TAGE	wöchentlich	215x280	1,89 €	Samstag	Tief	20,0	77,3	0,0	0,3	0,0	97,5	2,5	39	38	0,31	7,9			
Alles für die Frau	wöchentlich	225x285	1,09 €	Freitag	Tief	2,6	94,0	3,9	0,4	0,0	99,9	0,1	106	106	0,36	3,4			
BILD der FRAU	wöchentlich	225x309	1,50 €	Freitag	Offset/Tief	15,5	77,3	0,7	6,3	0,0	99,8	0,2	509	508	3,70	7,3			
Frau im Trend	wöchentlich	223x310	1,09 €	Freitag	Tief	1,7	87,2	5,2	5,7	0,0	99,8	0,2	163	163	0,46	2,8			
tina plus ⁵⁾	wöchentlich	0	- €	0	0	19,6	71,3	4,2	4,5	0,0	99,6	0,4	323	322	2,16	6,7			
FRAU von HEUTE	wöchentlich	221x284	1,09 €	Freitag	Tief	0,9	98,7	0,2	0,0	0,0	99,7	0,3	73	72	0,28	3,9			
Laura	wöchentlich	210x280	1,49 €	Mittwoch	Tief/Offset	6,7	87,8	1,9	3,4	0,0	99,8	0,2	81	81	0,54	6,6			
Lea	wöchentlich	225x309	1,49 €	Mittwoch	Tief	4,1	93,9	0,3	0,6	0,0	98,9	1,1	88	87	0,32	3,6			
Lisa	wöchentlich	223x310	1,49 €	Mittwoch	Tief	11,4	61,9	8,9	15,6	2,1	99,8	0,2	181	181	0,91	5,0			
Brigitte	14täglich	215x268	3,70 €	Mittwoch	Tief/Offset	45,2	27,7	12,7	12,4	0,7	98,7	1,3	278	274	1,63	5,9			
freundin	14täglich	215x267	3,30 €	Mittwoch	Tief/Offset	43,6	31,2	0,3	23,6	0,1	98,9	1,1	194	192	1,46	7,5			
FÜR SIE	14täglich	215x268	3,30 €	Mittwoch	Offset	46,1	20,4	1,9	29,5	0,0	97,9	2,1	164	160	1,06	6,5			
Meins	14täglich	210x280	3,20 €	Mittwoch	Offset/Tief	15,8	60,7	19,9	1,2	2,1	99,6	0,4	90	90	0,29	3,2			

Vorstellung der Zeitschriften						Inlandsauflage Durchschnitt IV. Quartal 2020 - III. Quartal 2021 nach Verlagsangaben und IVW-Auflagenstatistik										
						Auflagenstruktur in %							Auflage in 1000			
Format, Einzelpreis, Erscheinungstag, Druckart, Auflagenstruktur	Erscheinungsweise	Format geschlossen (mm)	Einzelpreis pro Heft (Euro)	Erscheinungstag	Druckart	ABO	EV	sonst.V	LZ	Bordex.	verk.	frei	verbr.	verk.	Hochrechnung in Mio. (LpA)	Leser pro Exemplar (LpE)
						f.d. Einzelverkauf gel. abz. Remitt.	sonst. Verkauf	Lesezettel	Bordexemplare	verk. Auflage	Freistücke Werbeexemplare	verbreitete Auflage (=100%)	verkaufte Auflage			
Stand: 1.12.2021																
Barbara	monatlich	230x275	4,70 €	Mittwoch	Offset	22,5	45,5	26,1	2,2	1,0	97,4	2,6	89	87	0,64	7,2
Brigitte Woman	monatlich	215x268	4,00 €	Mittwoch	Offset	18,1	46,7	1,7	32,3	0,0	98,7	1,3	106	104	0,51	4,8
burda style	monatlich	215x267	7,90 €	2te.Mi.VM	Offset	50,1	41,4	1,2	2,4	0,0	95,1	4,9	51	49	0,29	5,6
COSMOPOLITAN ⁶⁾	monatlich	210x280	3,30 €	Mittwoch	Offset/Tief	18,5	23,0	18,2	40,1	0,0	99,8	0,2	163	163	0,87	5,3
COUCH	monatlich	168x223	2,90 €	Freitag	Offset	17,0	52,9	11,0	13,9	2,2	97,0	3,0	73	71	0,18	2,5
DONNA	monatlich	215x267	4,20 €	Mittwoch	Offset	24,7	69,8	3,2	1,8	0,1	99,6	0,4	79	78	0,25	3,2
ELLE	monatlich	203x277	7,00 €	2le.Mi.VM	Tief	36,8	36,3	4,2	19,7	0,6	97,5	2,5	78	76	0,52	6,6
InStyle	monatlich	203x274	4,50 €	Samstag	Tief	27,6	53,8	2,5	14,4	0,2	98,6	1,4	182	180	0,84	4,6
JOLIE ⁷⁾	monatlich	168x233	2,20 €	Freitag	Offset	8,9	37,2	10,9	31,9	8,3	97,2	2,8	64	62	0,54	8,4
Joy	monatlich	170x225	2,20 €	Freitag	Offset/Tief	4,3	22,0	15,7	53,0	4,9	100,0	0,0	101	101	0,48	4,8
MADAME	monatlich	213x273	7,00 €	Mittwoch	Offset	13,2	23,8	24,2	37,3	0,0	98,6	1,4	68	67	0,19	2,7
Maxi ⁸⁾	monatlich	210x275	2,90 €	Mittwoch	Offset	2,7	18,8	19,0	43,2	16,3	100,0	0,0	92	92	0,33	3,6
myself	monatlich	213x277	4,00 €	Mittwoch	Offset	11,4	38,8	2,2	19,1	28,1	99,5	0,5	126	125	0,37	2,9
PETRA	monatlich	203x274	3,10 €	Donnerstag	Offset	21,3	33,9	5,7	35,0	0,0	99,9	4,1	56	54	0,51	9,0
Shape ⁹⁾	monatlich	210x280	3,50 €	Mittwoch	Offset	7,4	22,1	12,0	51,3	7,2	100,0	0,0	106	106	0,22	2,1
VITAL	monatlich	200x264	3,20 €	Mittwoch	Offset	18,4	25,2	2,0	52,0	0,0	97,6	2,4	85	83	0,37	4,4
VOGUE ¹⁰⁾	9x jährlich	230x298	8,00 €	Dienstag	Offset	53,8	31,2	3,4	9,4	0,6	98,4	1,6	77	75	0,69	9,0
WOMEN'S HEALTH ¹¹⁾	monatlich	215x280	3,90 €	Mittwoch	Rollenoffset	15,8	33,4	21,4	21,8	6,6	98,9	1,1	83	82	0,36	4,3
GLAMOUR ¹²⁾	6x jährlich	168x223	2,40 €	Samstag	Offset	11,9	85,0	0,5	1,5	0,0	98,9	1,1	203	200	1,15	5,7
Eltern	monatlich	212x275	4,90 €	Mittwoch	Offset	24,0	5,3	12,8	23,4	0,3	65,9	34,1	118	78	0,48	4,1
Eltern family	monatlich	212x275	4,90 €	Mittwoch	Offset	37,1	4,6	9,9	46,8	0,0	98,5	1,5	54	53	0,26	4,8
Leben & Erziehen	monatlich	210x270	3,90 €	Donnerstag	Offset	27,1	1,0	49,8	9,1	0,0	86,9	13,1	84	73	0,21	2,5
BRAVO	monatlich	210x280	2,80 €	Mittwoch	Offset/Tief	15,0	76,5	0,1	7,8	0,0	99,4	0,6	66	66	0,62	9,3
Gartenspaß	monatlich	210x280	2,80 €	Donnerstag	Tief	14,1	84,2	1,0	0,1	0,0	99,4	0,6	64	64	0,42	6,5
Das Haus ¹³⁾	monatlich	215x280	1,99 €	Donnerstag	Tief	0,0	0,1	99,4	0,4	0,0	99,9	0,1	656	656	0,67	1,0
Lisa Blumen & Pflanzen	monatlich	230x290	1,99 €	Donnerstag	Tief	11,8	86,8	0,1	0,7	0,0	99,4	0,6	76	76	0,53	6,9
Lisa Wohnen & Dekorieren	monatlich	230x300	2,90 €	Donnerstag	Offset	14,5	78,7	1,1	4,8	0,0	99,2	0,8	127	126	0,39	3,0
Living at Home	monatlich	215x280	4,90 €	Mittwoch	Offset	23,7	44,9	1,9	25,4	0,0	99,9	4,1	94	90	0,45	4,7
Mein schöner Garten ¹⁴⁾	monatlich	230x297	4,20 €	Donnerstag	Offset	49,7	37,5	0,9	10,2	0,0	98,4	1,6	247	243	1,74	7,1
SCHÖNER WOHNEN	monatlich	215x280	5,80 €	Mittwoch	Offset	23,8	41,2	1,8	28,9	2,2	97,8	2,2	146	143	1,33	9,1
Wohnen & Garten	monatlich	225x280	4,50 €	Mittwoch	Offset	30,7	53,1	2,7	12,1	0,0	98,6	1,4	161	159	0,34	2,1
WOHNIDEE	monatlich	210x280	4,20 €	Mittwoch	Tief/Offset	20,0	37,1	10,6	31,7	0,0	99,4	0,6	81	80	0,27	3,4
selbst ist der Mann	monatlich	210x280	3,80 €	Freitag	Offset	38,5	27,9	12,1	20,3	0,7	99,5	0,5	59	59	0,70	11,8
Chefkoch Magazin	monatlich	201x280	3,20 €	Mittwoch	Offset/Tief	33,3	57,8	2,7	2,4	2,2	98,5	1,5	75	73	1,00	13,4
essen&trinken	monatlich	212x275	4,90 €	Mittwoch	Offset	39,7	27,7	1,4	27,4	0,0	96,2	3,8	103	99	1,19	11,6
essen&trinken Für jeden Tag	monatlich	128x190	3,20 €	Dienstag	Offset	16,1	80,9	0,3	0,1	0,0	97,4	2,6	73	71	0,37	5,1
Der Feinschmecker	monatlich	210x280	11,90 €	Mittwoch	0	26,1	18,0	40,1	11,1	0,0	95,3	4,7	57	55	0,23	4,1
kochen & genießen	monatlich	210x280	3,50 €	Mittwoch	Offset/Tief	43,3	53,7	0,1	2,2	0,0	99,2	0,8	99	98	0,33	3,4
LECKER	monatlich	233x190	4,20 €	Dienstag	Offset/Tief	47,4	41,1	10,0	0,1	0,0	98,6	1,4	66	65	0,65	9,7
Lisa Kochen & Backen	10 x	230x290	1,99 €	Mittwoch	Offset/Tief	14,0	74,9	0,2	10,1	0,0	99,3	0,7	63	62	0,52	8,3
Mein Buffet	monatlich	210x285	2,90 €	Mittwoch	Offset	27,3	71,1	0,2	0,3	0,0	99,0	1,0	48	48	0,14	2,9
Mein Lieblingsrezept	monatlich	148x210	1,60 €	Mittwoch	Offset	5,2	94,6	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	39	39	0,48	12,1
meine Familie & ich ¹⁵⁾	monatlich	215x280	3,20 €	Mittwoch	Offset/Tief	4,9	86,6	1,5	6,5	0,0	99,5	0,5	255	254	0,81	3,2
REZEPTE pur	monatlich	210x265	1,20 €	Mittwoch	Offset/Tief	3,3	92,2	4,4	0,0	0,0	99,9	0,1	63	63	0,27	4,3
tina Koch&Back-Ideen	monatlich	225x285	2,20 €	Mittwoch	Tief/Offset	9,2	90,4	0,1	0,2	0,0	99,8	0,2	51	51	0,87	17,0
CINEMA	monatlich	213x275	5,50 €	Donnerstag	Offset	60,8	31,2	0,5	4,4	0,0	96,9	3,1	26	25	0,21	8,1
MEN'S HEALTH ¹⁶⁾	monatlich	215x280	5,80 €	Mittwoch	Rollenoffset	22,2	18,3	12,2	25,3	20,7	98,7	1,3	100	98	0,74	7,4
Playboy	monatlich	213x275	6,90 €	Donnerstag	Offset/Tief	42,6	39,6	3,1	12,3	0,0	97,7	2,3	99	96	0,87	8,8
AUTO BILD	wöchentlich	210x280	2,50 €	Donnerstag	Tief	29,8	43,2	4,1	11,3	0,0	88,4	11,6	259	229	1,80	6,9
AUTO MOTOR UND SPORT	14täglich	215x280	4,50 €	Donnerstag	Rollenoffsetdruck	43,2	9,9	14,0	19,0	13,1	99,2	0,8	323	320	1,54	4,8
AUTO ZEITUNG	14täglich	210x280	3,30 €	Mittwoch	Offset	24,2	26,4	5,4	39,2	4,4	99,6	0,4	113	113	0,66	5,9
AUTO STRASSENWERKEHR	14täglich	210x297	2,20 €	Mittwoch	Rollenoffset	28,7	39,0	10,0	22,1	0,0	99,8	0,2	98	98	0,36	3,6
ACE LENKRAD ¹⁷⁾	zweimonatlich	210x265	2,00 €	1. d. Mo.	Offset	99,6	0,0	0,0	0,0	0,0	99,6	0,4	596	593	0,67	1,1
AUTO BILD SPORTSCARS	monatlich	210x280	4,70 €	Donnerstag	Rollenoffset	16,9	68,0	5,8	5,1	0,2	96,1	3,9	28	27	0,25	8,9
SPORT AUTO	monatlich	230x300	5,50 €	Freitag	Rollenoffset	58,0	34,8	3,6	2,0	0,2	98,6	1,4	30	29	0,35	11,8
MOTORRAD	14täglich	215x280	4,50 €	Freitag	Rollenoffset	50,8	28,7	16,4	3,4	0,1	99,4	0,6	80	80	0,64	8,0
kicker-sportmagazin (Montagsausgabe) ¹⁸⁾	wöchentlich	240x315	3,00 €	Montag	Tief/Offset	43,8	35,7	18,8	0,0	0,1	98,4	1,6	98	96	1,76	18,0
SPORT BILD	wöchentlich	210x280	2,40 €	Mittwoch	Rollenoffset	35,5	44,9	2,3	16,9	0,0	99,6	0,4	169	168	2,92	17,3
11 Freunde	monatlich	210x280	6,50 €	Donnerstag	Offset	55,9	32,0	6,7	2,2	0,2	97,0	3,0	61	59	0,79	13,0
Art	monatlich	213x280	14,00 €	Freitag	Offset	76,7	13,0	3,2	4,8	0,0	97,8	2,2	26	26	0,18	6,8
GEO	monatlich	213x270	8,50 €	Freitag	Offset	71,5	6,6	3,9	15,6	1,1	98,7	1,3	146	144	1,90	13,0
GEOSAIISON	monatlich	213x270	7,50 €	Mittwoch	Offset	44,2	13,5	14,3	20,6	4,7	97,3	2,7	45	43	0,49	11,0
NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	monatlich	175x254	6,50 €	Freitag	Offset	62,4	8,3	4,7	15,2	8,5	99,2	0,8	86	85	1,39	16,2
P.M.	monatlich	212x275	4,90 €	Freitag	Tief/Offset	70,1	14,9	1,3	11,7	1,3	99,3	0,7	97	96	0,81	8,4
Welt der Wunder	monatlich	210x280	3,99 €	Freitag	Tief/Offset	44,7	48,2	3,1	3,0	0,0	99,1	0,9	107	106	1,19	11,1
COMPUTER BILD ¹⁹⁾	14täglich	210x280	5,70 €	Freitag	Tief	53,6	36,8	5,3	3,9	0,0	99,6	0,4	134	134	2,43	18,1
CHIP	monatlich	215x280	7,95 €	Freitag	Rotationsstief	46,5	12,2	7,7	8,2	22,0	96,6	3,4	82	79	2,19	26,6
AUDIO VIDEO FOTO BILD	monatlich	210x280	4,90 €	Mittwoch	Tief	20,2	56,3	21,9	0,3	0,0	98,6	1,4	16	16	0,34	20,5
CHIP FOTO-VIDEO	monatlich	215x280	6,95 €	Mittwoch	Offset	31,3	16,8	6,8	5,9	33,0	93,8	6,2	29	27	0,17	6,1
OKO-TEST	monatlich	210x280	5,90 €	Donnerstag	Rollenoffset	45,5	10,6	2,3	41,0	0,0	99,5	0,5	117			

Anhang 5 – Veränderungen zur vorhergehenden ma

Veränderungen

Änderungen im Einzelverkauf

	von	auf
auf einen Blick	1,49 €	1,59 €
AUTO ZEITUNG	3,00 €	3,30 €
Fernsehwoche	1,49 €	1,59 €
tina	1,69 €	1,79 €
tv Hören und Sehen	2,00 €	2,10 €

Änderung des Formats

	von	auf
Joy	170x225	170x221
Shape	210x280	210x275
Mein Buffet	210x305	210x285

Änderung des Erscheinungstags

	von	auf
LECKER	Dienstag	Mittwoch

Änderung der Druckart

	von	auf
BILD DER FRAU	Tiefdruck	Offset/Tief
Joy	Offset/Tief	Offset

* 10 x Jährliche Titel werden in der ma als monatliche ausgewiesen.

Erläuterungen zu „Vorstellungen der Zeitschriften“

- 1) Kombi aus WELT AM SONNTAG und WELT AM SONNTAG kompakt.
Für Q3/21 liegen Aufgrund einer Änderung Keine Auflagenzahlen vor.
- 2) Der Titel „rtv“ ist nur in der Tarifkombination „rtv PLUS TV-MAGAZIN Kombi“ belegbar.
Die Ausweisung bezieht sich nur auf den Einzeltitel "rtv".
- 3) Enthält TV SPIELFILM und TV TODAY
- 4) Kombination aus "Freizeit Revue" und "Freizeit Spass".
- 5) Kombination aus "tina" und "bella".
- 6) Die Zeitschrift "COSMOPOLITAN" gibt es im Pocketformat (168x223) für 1,49 € und für 3,30 € im Maxiformat (210x280).
- 7) Die Zeitschrift "JOLIE" gibt es im Pocketformat (168x223) für 3,30 € und für 2,40 € im Pad-Format (185x245).
- 8) Die Zeitschrift "Maxi" erscheint 11mal im Jahr und auch im Pocketformat (170 x 221) für 2,20 €.
- 9) Die Zeitschrift "Shape" gibt es im Pocketformat (168x224) für 2,50 € und für 3,50 € im Maxiformat (210x280).
- 10) Die Zeitschrift "VOGUE" erscheint ab 2021 9 x jährlich.
- 11) Die Zeitschrift "Women´s Health" erscheint 10mal im Jahr und auch im Pocketformat (169 x 220) für 2,90 €.
- 12) Die Zeitschrift "GLAMOUR" erscheint ab 2021 6 x im Jahr.
- 13) Die Zeitschrift "Das Haus" wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt;
der Titel erscheint 10mal im Jahr.
- 14) Die Zeitschrift "Mein schöner Garten" erscheint in Teilaufgabe in Tiefdruck mit dem Format 213x275.
- 15) Die Zeitschrift "meine Familie & ich" wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt;
der Titel erscheint 13mal im Jahr.
- 16) Die Zeitschrift „MEN´S HEALTH“ wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt;
der Titel erscheint 10mal im Jahr.
- 17) Die Zeitschrift "ACE Lenkrad" erscheint ab Januar 2021 zweimonatlich.
- 18) Bei der Zeitschrift "kicker-sportmagazin" ist der vordere Heftteil 240x315 mm und der hintere Heftteil 230x315 mm groß.
- 19) Die Zeitschrift "COMPUTER BILD" gibt es für 5,50 € ohne DVD und für 5,70 € mit DVD.

Anhang 6 – Tarifkombinationen

Titel der Tarifkombinationen Zeitschriften (Werbeträgerkontakt)		323	23	BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND	
(die Werbemittelkontaktchance befindet sich für die p-Werte in Teil E, für die Kontaktsummen in Teil F und für die Varianzen in Teil G)				FreizeitRevue Plus	120
				SUPERillu	148
				GLÜCKS REVUE	124
				Frau im Trend	117
				neue Woche	142
		324	24	BURDA SUPER ENTERTAINMENT WOMEN	
				FreizeitRevue Plus	120
				GLÜCKS REVUE	124
				SUPERillu	148
				Frau im Trend	117
				Lisa	134
				neue Woche	142
		325	25	BURDA SUPER FREIZEIT	
				FREIZEIT REVUE	169
				GLÜCKS REVUE	124
				SUPERillu	148
		326	26	BURDA WEEKLY POWER	
				FreizeitRevue Plus	120
				SUPERillu	148
				GLÜCKS REVUE	124
				Frau im Trend	117
				BUNTE	107
				Lisa	134
				neue Woche	142
		327	27	CC FREIZEIT	
				DAS NEUE BLATT	138
				Neue Post	140
				das neue	137
				FREIZEITWOCHE	121
				Mini	136
				Avanti	102
				Schöne WOCHE	144
		328	28	CHIP Digital Imaging Kombi	
				CHIP	23
				CHIP FOTO-VIDEO	24
		329	29	Consumer Combination	
				DAS NEUE BLATT	138
				Neue Post	140
		330	30	F.A.Z. + F.A.S. Kluge Köpfe Kombi	
				Frankfurter Allgemeine Zeitung	466
				Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	114
		331	31	Flower Power-Kombination I	
				Mein schöner Garten	58
				Lisa Blumen & Pflanzen	49
		332	32	Flower Power-Kombination II	
				Mein schöner Garten	58
				Gartenspaß	36
				Lisa Blumen & Pflanzen	49
		333	33	FOCUS-BlueChip-Kombi	
				FOCUS	112
				FOCUS-MONEY	113
		334	34	Frauen Premium Kombi	
				7 TAGE	160
				DIE NEUE FRAU	139
				Frau mit Herz	118
				Viel Spaß	154
				WOCHE DER FRAU	157
		335	35	Frauen Premium Kombi Plus	
				7 TAGE	160
				DIE NEUE FRAU	139
				Frau mit Herz	118
				Lea	133
				Viel Spaß	154
				WOCHE DER FRAU	157
		336	36	FUNKE BEST LIFE KOMBI	
				BILD+FUNK	103
				DAS GOLDENE BLATT	125
				die aktuelle	98
				ECHO DER FRAU	110
				frau aktuell	115
				FRAU IM SPIEGEL	116
				FRAU von HEUTE	119
				Gong	126
				NEUE WELT	141
		337	37	FUNKE BESTSELLER PROGRAMM KOMBI	
				TV DIGITAL	92
				TVdirekt	93
		338	38	FUNKE FRAUEN KOMBI SERVICE	
				BILD der FRAU	105
				TV für mich	94
		339	39	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY	
				BILD der FRAU	105
				die aktuelle	98
				FRAU IM SPIEGEL	116
				FRAU von HEUTE	119

340	40	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY PLUS BILD der FRAU die aktuelle FRAU IM SPIEGEL FRAU von HEUTE TV für mich	105 98 116 119 94	353	53	KLAMBT SUPER MEGA KOMBI ++ 7 TAGE BILDWOCHE DIE NEUE FRAU Frau mit Herz FUNK UHR Lea Super TV TV neu! Viel Spaß WOCHE DER FRAU die 2	160 106 139 118 122 133 149 153 154 157 159
341	41	FUNKE MILLIONEN KOMBI die aktuelle BILD der FRAU HÖRZU BILD+FUNK DAS GOLDENE BLATT ECHO DER FRAU frau aktuell FRAU IM SPIEGEL FRAU von HEUTE Gong NEUE WELT	98 105 128 103 125 110 115 116 119 126 141	354	54	Klambt Super Mega Kombi Neu 7 TAGE BILDWOCHE DIE NEUE FRAU Frau mit Herz FUNK UHR Lea Super TV Viel Spaß WOCHE DER FRAU die 2	160 106 139 118 122 133 149 154 157 159
342	42	FUNKE MILLIONEN KOMBI plus die aktuelle BILD der FRAU HÖRZU BILD+FUNK DAS GOLDENE BLATT ECHO DER FRAU frau aktuell FRAU IM SPIEGEL FRAU von HEUTE Gong NEUE WELT TV für mich	98 105 128 103 125 110 115 116 119 126 141 94	355	55	Klassik Frauen 2 Frau mit Herz 7 TAGE	118 160
343	43	FUNKE Millionen Kombi XXL die aktuelle BILD der FRAU HÖRZU BILD+FUNK DAS GOLDENE BLATT ECHO DER FRAU frau aktuell FRAU IM SPIEGEL FRAU von HEUTE Gong NEUE WELT TV für mich TVdirekt	98 105 128 103 125 110 115 116 119 126 141 94 93	356	56	LISA TREND KOMBI Lisa Frau im Trend	134 117
344	44	FUNKE PEOPLE POWER die aktuelle FRAU IM SPIEGEL	98 116	357	57	Marktführer-Kombi BurdaHome Mein schöner Garten meine Familie & ich	58 59
345	45	FUNKE WASO-FRAUEN-VIER ECHO DER FRAU frau aktuell DAS GOLDENE BLATT NEUE WELT	110 115 125 141	358	58	Media Impact TZ XXL Media Impact TZ XL BILD am SONNTAG B.Z. am Sonntag DIE WELT (Mo.-Fr.) WELT AM SONNTAG	474 104 108 470 155
346	46	FUNKE WOMEN'S BEST KOMBI die aktuelle ECHO DER FRAU frau aktuell FRAU IM SPIEGEL FRAU von HEUTE NEUE WELT DAS GOLDENE BLATT	98 110 115 116 119 141 125	359	59	REPUBLIC weekend (F.A.Z. + F.A.S. + SZ) Frankfurter Allgemeine Zeitung Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung Süddeutsche Zeitung	466 114 468
347	47	Gong plus Gong BILD+FUNK	126 103	360	60	tina bella Laura Alles für die Frau Kombination tina plus Laura Alles für die Frau	150 132 99
348	48	HALL OF FAME IN - LEUTE·LIFESTYLE·LEBEN OK!	129 143	361	61	tina bella Laura Kombination tina plus Laura	150 132
349	49	Intouch / Closer-Kombination InTouch Closer	130 109	362	62	TV Movie tv14 KOMBI TV Movie tv14	95 91
350	50	Klambt Mega Kombi 7 TAGE DIE NEUE FRAU Frau mit Herz Lea Viel Spaß WOCHE DER FRAU die 2	160 139 118 133 154 157 159	363	63	WELT Print Gesamt (Sa./So.+Mo.-Fr.) DIE WELT (Mo.-Fr.) WELT AM SONNTAG	470 155
351	51	Klambt Programm Weekly Neu FUNK UHR BILDWOCHE Super TV die 2	122 106 149 159				
352	52	Klambt Programm Weekly++ FUNK UHR BILDWOCHE Super TV TV neu! die 2	122 106 149 153 159				

Anhang 7 – Merkmale zur Personen- und Haushaltsgewichtung

Redressement Pressemedien 2022 I Merkmale zur Personengewichtung					
Personen	Dimension	Zellen	Klassen	Merkmal	Feld Datensatz Codeplan andere Quelle
1. Matrix	1	3	3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
2. Matrix	1	2	2	Geschlecht des Befragten	1331
3. Matrix	2	6	2 3	Geschlecht des Befragten Nationalität Befragter (D, EU, R)	1331 andere Quelle
4. Matrix	1	3	3	Alter des Befragten (3)	1332
5. Matrix	2	9	3 3	Alter des Befragten (3) Nationalität Befragter (D, EU, R)	1332 andere Quelle
6. Matrix	1	8	8	Alter des Befragten (8)	1333
7. Matrix	2	24	8 3	Alter des Befragten (8) Nationalität Befragter (D, EU, R)	1333 andere Quelle
8. Matrix	1	15	15	Alter des Befragten (15)	1334
9. Matrix	2	45	15 3	Alter des Befragten (15) Nationalität Befragter (D, EU, R)	1334 andere Quelle
10. Matrix	1	3	3	Bundesländergruppe	1311
11. Matrix	2	9	3 3	Bundesländergruppe Nationalität Befragter (D, EU, R)	1311 andere Quelle
12. Matrix	1	16	16	Bundesländer	1312
13. Matrix	2	48	16 3	Bundesländer Nationalität Befragter (D, EU, R)	1312 andere Quelle
14. Matrix	1	38	38	NUTS-2 *)	1313
15. Matrix	1	418	418	Kreise **)	1301
16. Matrix	1	419	419	Kreise **) in D + Restgruppe Ausländer	1301
17. Matrix	1	4	4	Personen im Haushalt insgesamt	1341
18. Matrix	2	12	4 3	Personen im Haushalt insgesamt Nationalität Befragter (D, EU, R)	1341 andere Quelle
19. Matrix	1	2	2	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1343
20. Matrix	2	6	2 3	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt Nationalität Befragter (D, EU, R)	1343 andere Quelle
21. Matrix	1	2	2	Befragter ist Haupteinkommensbezieher	1336
22. Matrix	1	2	2	Befragter ist haushaltführende Person	1337
23. Matrix	1	7	7	Gemeindegrößenklassen (politisch)	1322

Redressement Pressemedien 2022 I Merkmale zur Personengewichtung					
Personen	Dimension	Zellen	Klassen	Merkmal	Feld Datensatz Codeplan andere Quelle
24. Matrix	1	5	5	Ausbildung des Befragten	1338
25. Matrix	2	10	5 2	Ausbildung des Befragten Nationalität Befragter (Deutsche / Ausländer)	1338 andere Quelle
26. Matrix	1	4	4	Tätigkeit des Befragten	1339
27. Matrix	2	8	4 2	Tätigkeit des Befragten Nationalität Befragter (Deutsche / Ausländer)	1339 andere Quelle
28. Matrix	2	6	2 3	Geschlecht des Befragten Bundesländergruppe	1331 1311
29. Matrix	3	48	2 8 3	Geschlecht des Befragten Alter des Befragten (8) Nationalität Befragter (D, EU, R)	1331 1333 andere Quelle
30. Matrix	2	32	2 16	Befragter ist Haupteinkommensbezieher Bundesländer	1336 1312
31. Matrix	2	32	2 16	Befragter ist haushaltführende Person Bundesländer	1337 1312
32. Matrix	2	24	6 4	Gemeindegrößenklassen (politisch) Personen im Haushalt insgesamt	1323 1341
33. Matrix	2	152	4 38	Personen im Haushalt insgesamt NUTS-2 *)	1341 1313
34. Matrix	2	228	6 38	Gemeindegrößenklassen (politisch) NUTS-2 *)	1323 1313
35. Matrix	2	836	2 418	Geschlecht des Befragten Kreise **)	1331 1301
36. Matrix	2	1254	3 418	Alter des Befragten (3) Kreise **)	1332 1301
37. Matrix	3	90	2 3 15	Geschlecht des Befragten Bundesländergruppe Alter des Befragten (15)	1331 1311 1334
38. Matrix	3	12	2 3 2	Geschlecht des Befragten Bundesländergruppe Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1331 1311 1343

Redressement Pressemedien 2022 I Merkmale zur Personengewichtung					
Personen	Dimension	Zellen	Klassen	Merkmal	Feld Datensatz Codeplan andere Quelle
39. Matrix	3	30	2	Geschlecht des Befragten	1331
			3	Bundesländergruppe	1311
			5	Ausbildung des Befragten	1338
40. Matrix	3	24	2	Geschlecht des Befragten	1331
			3	Bundesländergruppe	1311
			4	Tätigkeit des Befragten	1339
41. Matrix	3	532	2	Geschlecht des Befragten	1331
			7	Alter des Befragten (7)	1335
			38	NUTS-2 *)	1313
42. Matrix	1	6	6	Persönliches Nettoeinkommen	1344
43. Matrix	1	6	6	Haushaltsnettoeinkommen	1345
44. Matrix	2	42	6	Persönliches Nettoeinkommen	1344
			7	Alter des Befragten (7)	1335
45. Matrix	2	24	6	Haushaltsnettoeinkommen	1345
			4	Personen im Haushalt insgesamt	1341
46. Matrix	2	18	6	Haushaltsnettoeinkommen	1345
			3	Bundesländergruppe	1311
47. Matrix	1	4	4	3-Monats-Onliner nach Alter (+ Restgruppe) ***)	andere Quelle
48. Matrix	1	8	8	Stellung im Beruf ****)	andere Quelle
49. Matrix	1	5	8	Familienstand des Befragten ****)	andere Quelle
49 Matrices		4541			
Aktive Zellen		4485			

*) NUTS-2-Regionen gem. amtlicher Kennziffer (Stand: Geb 12/2020, Bev 31.12.2019)

***) 401 Kreise + Stadtteile in Hamburg (7) und Berlin (12)

****) Wird aus dem Bericht 2022 I OHNE CAWI-Fälle gewonnen.

*****) Wird aus dem TZD 2021 gewonnen.

Hinweis:

Für die Endjustierung werden nach dem Redressement die Merkmale Alter (7), Geschlecht (2) und Staatsangehörigkeit (3) des Befragten benutzt.

interlogic, Dezember 2021

Redressement Pressemedien 2022 I Merkmale zur Haushaltgewichtung					
Haushalte	Dimension	Zellen	Klassen	Merkmal	Feld Datensatz Codeplan andere Quelle
1. Matrix	1	3	3	Nationalität des HEB (D, EU, R)	andere Quelle
2. Matrix	1	38	38	NUTS-2 *)	1313
3. Matrix	1	5	5	Personen im Haushalt insgesamt	1340
4. Matrix	1	7	7	Regionsgrößenklassen (BIK)	1321
5. Matrix	1	7	7	Gemeindegrößenklassen (politisch)	1322
6. Matrix	1	3	3	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1342
7. Matrix	1	418	418	Kreise **)	1301
8. Matrix	2	190	5	Personen im Haushalt insgesamt	1340
			38	NUTS-2 *)	1313
9. Matrix	2	266	7	Regionsgrößenklassen (BIK)	1321
			38	NUTS-2 *)	1313
10. Matrix	2	228	6	Gemeindegrößenklassen (politisch)	1323
			38	NUTS-2 *)	1313
11. Matrix	3	30	6	Gemeindegrößenklassen (politisch)	1323
			5	Personen im Haushalt insgesamt	1340
12. Matrix	2	114	3	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1342
			38	NUTS-2 *)	1313
12 Matrices		1309			
Aktive Zellen		1206			

*) NUTS-2-Regionen gem. amtlicher Kennziffer (Stand: Geb 12/2020, Bev 31.12.2019)

***) 401 Kreise + Stadtteile in Hamburg (7) und Berlin (12)

Hinweis:

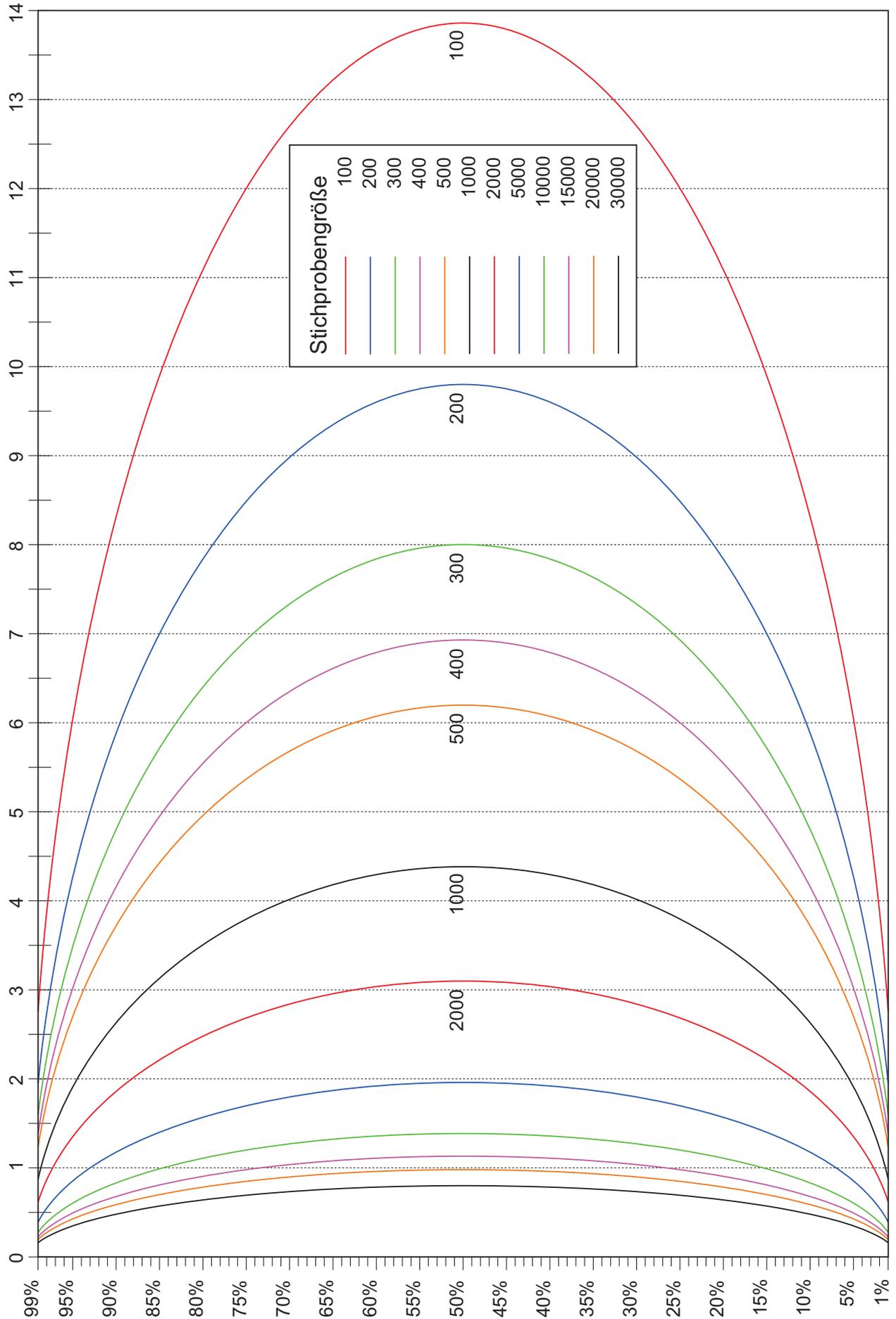
Für die Endjustierung wird nach dem Redressement das Merkmal Staatsangehörigkeit des HEB (3) benutzt.

interlogic, Dezember 2021

Anhang 8 – Schwankungsbreiten

Schwankungsbreiten

Signifikanzniveau 95%



1. Vorbemerkung

Die Grafik auf der Vorseite basiert auf den von Friedrich Wendt konzipierten und 1973 von der MMC veröffentlichten "Tafeln zur Ermittlung der statistischen Signifikanz von Stichprobenergebnissen". Die Tabellen wurden den Benutzern der AG.MA-Daten zur Verfügung gestellt, um einfacher und brauchbarer die statistische Relevanz der ausgewiesenen Ergebnisse zu beurteilen.

Die Signifikanztabellen sind leicht zu handhaben und entsprechend mit der Ausweisung zweierlei Signifikanzniveaus den Bedürfnissen der Nutzer; sie lösten damals die verwendete Grafik am Ende der MA-Tabellenbände ab.

Die neuerliche grafische Umsetzung von Schwankungsbreiten unterschiedlicher Stichprobengrößen ist mit der damaligen Darstellung nicht vergleichbar. Die hier praktizierte Vorgehensweise stellt eine vereinfachte Form dar und ist als vergleichende Übersicht unterschiedlicher Stichprobengrößen gedacht.

2. Regeln für MA-Berichtsbände

Für alle Reichweitentabellen der Medien sind die Stichprobengrößen jeweils in der ersten Zeile der Tabellen für jede demografische Gruppe ausgedruckt, auf die sich die Reichweite bezieht. Bei Signifikanzberechnungen von Reichweiten ist die jeweilige demografische Gruppe, auf die sich die Reichweiten beziehen, in der Grafik/ Tabelle unter Stichprobengröße zu finden.

3. Lesebeispiel

Die in der Grafik dargestellten Werte basieren auf dem Signifikanzniveau von 95%. Das ist der überwiegend in der Marktforschung benutzte Sicherheitsgrad. Das bedeutet, dass man mit 95%-tiger Wahrscheinlichkeit darauf vertrauen kann, dass der wahre Wert innerhalb eines bestimmten Bereiches, eben dem Vertrauensbereich zu finden ist.

Formel für die Berechnung des Vertrauensbereichs (obere/untere Grenze):

$$p \pm t \sqrt{2} \cdot \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

wobei bedeuten:

p = der gemessene Prozentsatz

q = (1-p)

n = die „Stichprobengröße“ in der oben beschriebenen Weise

t = 1,960 bei 95% Sicherheitswahrscheinlichkeit (Für Fallzahlen ab etwa 50 gilt dieser Wert als anwendbar für den Vertrauensbereich von Prozentzahlen)

Beispiel

Untersuchungsergebnis:

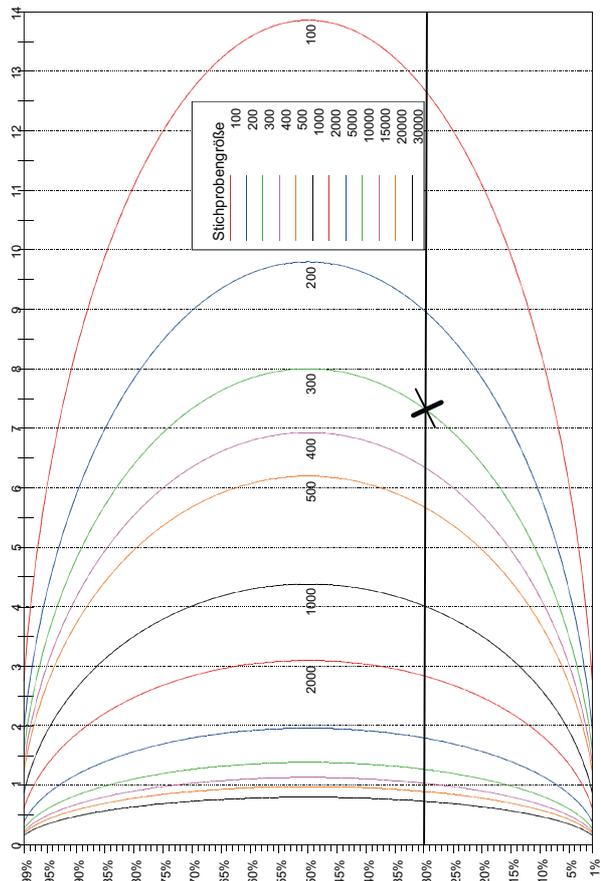
Für eine demografische Gruppe: 30% Männer, 20-29 Jahre alt.

Anzahl Fälle: 300

Die Prozentwerte des Untersuchungsergebnisses sind in der Grafik am linken Rand abgetragen und die Abweichungsprozente auf der oberen Skala.

Im Beispiel beträgt die Schwankungsbreite +/- 7,3 % um den Mittelwert von 30%. D.h., dass bei dem Stichprobenergebnis von 30% der wahre Wert im Vertrauensbereich von 22,7% - 37,3% liegt.

In der Grafik kann für die dargestellten Stichprobengrößen in vergrößerter Form die Schwankungsbreite um den Mittelwert eines Untersuchungsergebnisses abgelesen werden. Nicht geeignet ist die Grafik, um Mittelwert-Vergleiche zur Bestimmung der Schwankungsbreite von Differenzen zweier Prozentwerte vorzunehmen. Um solche Berechnungen anzustellen, müssen die im 1. Absatz zitierten Tafeln herangezogen werden.

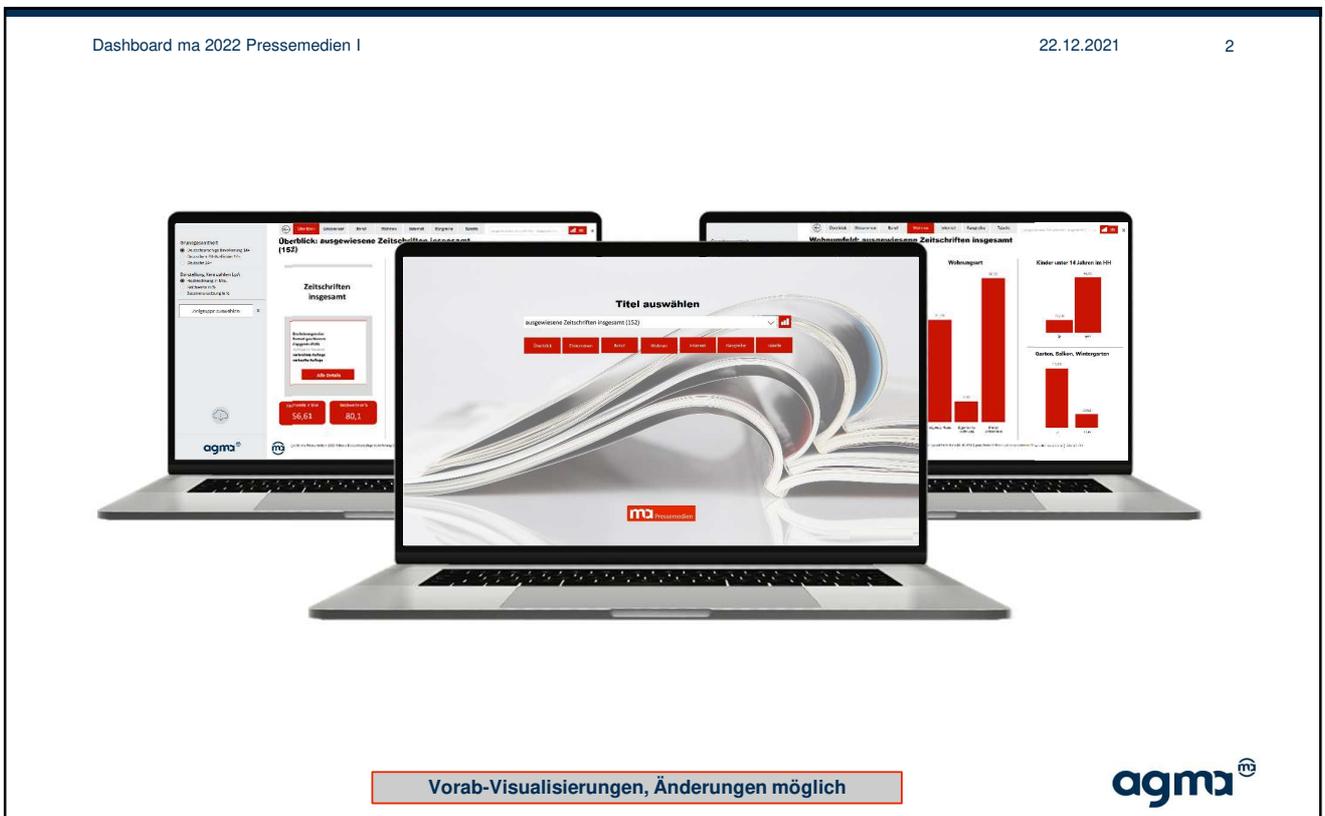


Anhang 9 – Darstellung Bevölkerung in den Tabellen des Dashboards

	Struktur des Verbreitungsgebietes						Leserschaft pro Ausgabe								
	Hochrechnung (Tsd.)			Anteile %			Reichweite %			Zusammensetzung			Hochrechnung (Tsd.)		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
Gesamt:Deutschsprachig 14+															
Deutschsprachig 14+															
Deutsche 14+															
Deutsche															
Geschlecht															
Männer															
Frauen															
Haushaltführende															
Haushaltführende															
Haupteinkommensbezieher															
Haupteinkommensbezieher															
Altersgruppen															
14-19 Jahre															
20-29 Jahre															
30-39 Jahre															
40-49 Jahre															
50-59 Jahre															
60-69 Jahre															
70-79 Jahre															
80 Jahre +															
Ausbildung															
Schüler in allgemeinbildender Schule															
Haupt-/ Volksschulabschluss ohne Lehre															
Haupt-/ Volksschulabschluss mit Lehre															
weiterführende Schule ohne Abitur, Mittlere Reife															
Fach-/ Hochschulreife ohne Studium															
Fach-/ Hochschulreife mit Studium															
Berufstätigkeit															
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student															
berufstätig															
Rentner, Pensionär															
nicht berufstätig															
Beruf des Befragten (jetziger)															
Selbständige groß-/Freiberufler															
Selbst. klein u. mittel/Landwirte															
leitende Angestellte und Beamte															
sonstige Angestellte und Beamte															
Leitender Arbeiter und Facharbeiter															
sonstiger Arbeiter															
nicht (mehr) berufstätig															
Persönliches Nettoeinkommen															
kein eigenes Einkommen															
bis unter 500 Euro															
500 bis unter 1.000 Euro															
1.000 bis unter 1.500 Euro															
1.500 bis unter 2.000 Euro															
2.000 bis unter 3.000 Euro															
3.000 Euro und mehr															
Haushaltsgröße															
1 Person im Haushalt															
2 Personen im Haushalt															
3 Personen im Haushalt															
4 Personen im Haushalt															
5 und mehr Personen															
Haushaltsnettoeinkommen															
bis unter 1.000 €															
1.000 € bis unter 2.000 €															
2.000 € bis unter 3.000 €															
3.000 € bis unter 4.000 €															
4.000 € bis unter 5.000 €															
5.000 € und mehr															
Zahl der Verdiener															
1 Verdiener															
2 Verdiener															
3 und mehr															
Kinder unter 14 Jahren im Haushalt															
Kinder unter 14 Jahren im Haushalt															
BIK-Regionsgrößen															
unter 5.000 Ew.															
5.000 bis unter 20.000 Ew.															
20.000 bis unter 100.000 Ew.															
100.000 bis unter 500.000 Ew.															
500.000 und mehr Einwohner															
Garten, Balkon mit Pflanzen, Wintergarten															
Garten, Balkon mit Pflanzen, Wintergarten															
Wohnungsart															
Eigenes Haus															
Eigentumswohnung															
zur Miete/Untermiete															
letzte Internetnutzung															
gestern															
vorgestern															
3 - 7 Tage her															
1 - 2 Wochen her															
3 - 4 Wochen her															
1 - 3 Monate her															
3 - 12 Monate her															
keine Nutzung i. d. letzten 12 Monaten															
keine Angabe															
Nielsen I															
Schleswig-Holstein															
Hamburg															
Niedersachsen															
Bremen															
Nordrhein-Westfalen/Nielsen II															
Nordrhein-Westfalen															
Nielsen IIIa															
Hessen															
Rheinland-Pfalz															
Saarland															
Baden-Württemberg/Nielsen IIIb															
Baden-Württemberg															
Bayern/Nielsen IV															
Bayern															
Berlin/Nielsen V															
Berlin															
Nielsen VI															
Brandenburg															
Mecklenburg-Vorpommern															
Sachsen-Anhalt															
Nielsen VII															
Sachsen															
Thüringen															
BRD-West ohne Berlin															
BRD-West ohne Berlin															
BRD-Ost ohne Berlin															
BRD-Ost ohne Berlin															



1



2

dynamische und interaktive Visualisierung der Kerninformationen des roten Bandes

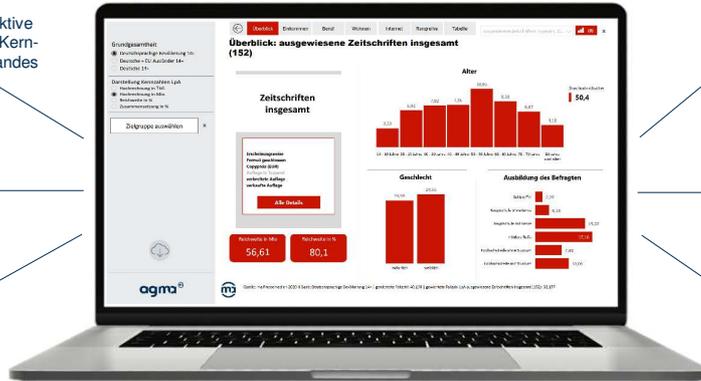
Filtermöglichkeit für ausgewählte soziodemografische Merkmale + Auswahl der Grundgesamtheit

Darstellung der Titelkarte aus der Felderhebung

Titelauswahl via Dropdown-Menü (Einzelauswahl)

wählbare Kennzahlenausgabe

bis zu 2 Benchmarkobjekte und Grundgesamtheit als Vergleichswert wählbar



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



3

Titel auswählen

ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152)

Überblick | Einkommen | Beruf | Wohnen | Internet | Rangreihe | Tabelle



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



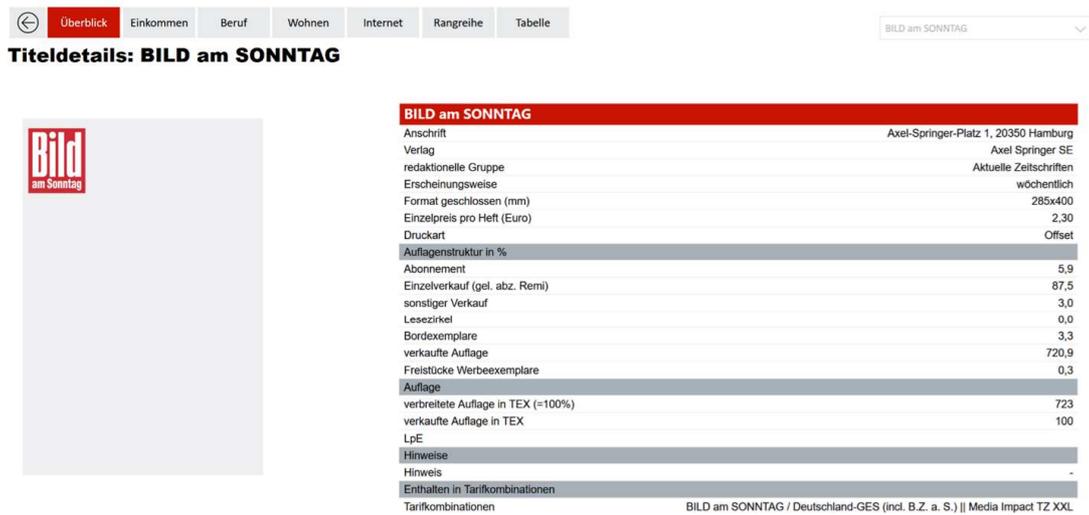
4



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



5



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



6

Grundgesamtheit

- Deutschsprachige Bevölkerung 14+
- Deutsche + EU-Ausländer 14+
- Deutsche 14+

Darstellung Kennzahlen LpA

- Hochrechnung in Tsd.
- Hochrechnung in Mio.
- Reichweite in %
- Zusammensetzung in %

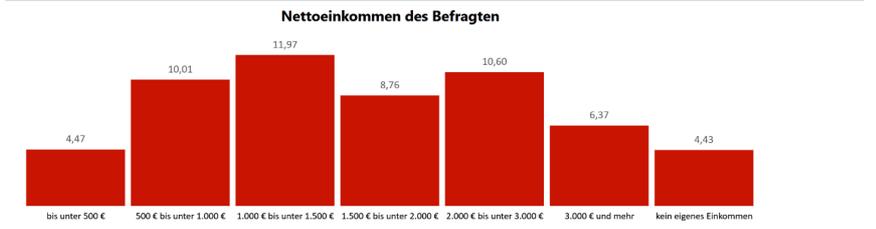
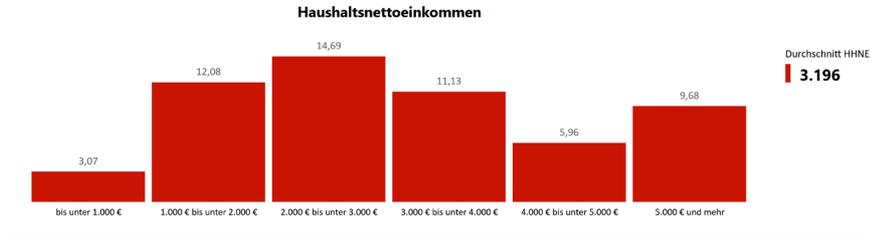
Zielgruppe auswählen X



Überblick **Einkommen** Beruf Wohnen Internet Rangreihe Tabelle

ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152)  (0) X

Einkommen: ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152)



Quelle: ma Pressemedien 2020-II Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ | gewichtete Fallzahl: 40.150 | gewichtete Fallzahl LpA ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152): 32.177

Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



7

Grundgesamtheit

- Deutschsprachige Bevölkerung 14+
- Deutsche + EU-Ausländer 14+
- Deutsche 14+

Darstellung Kennzahlen LpA

- Hochrechnung in Tsd.
- Hochrechnung in Mio.
- Reichweite in %
- Zusammensetzung in %

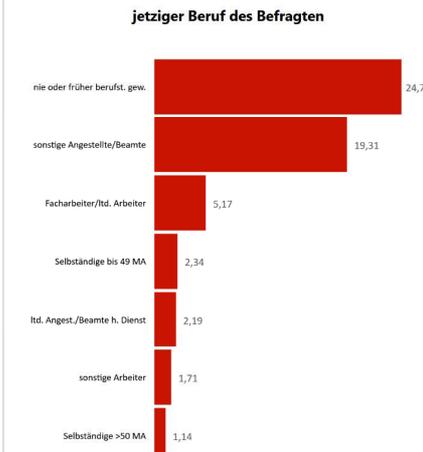
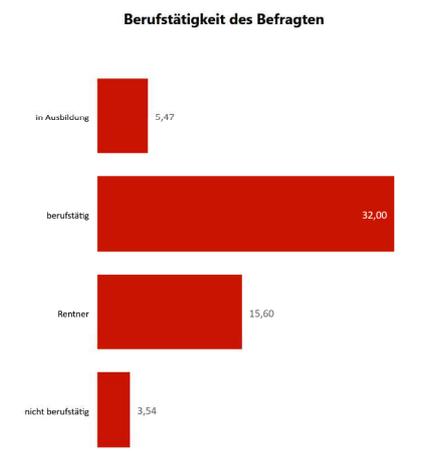
Zielgruppe auswählen X



Überblick Einkommen **Beruf** Wohnen Internet Rangreihe Tabelle

ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152)  (0) X

Beruf: ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152)

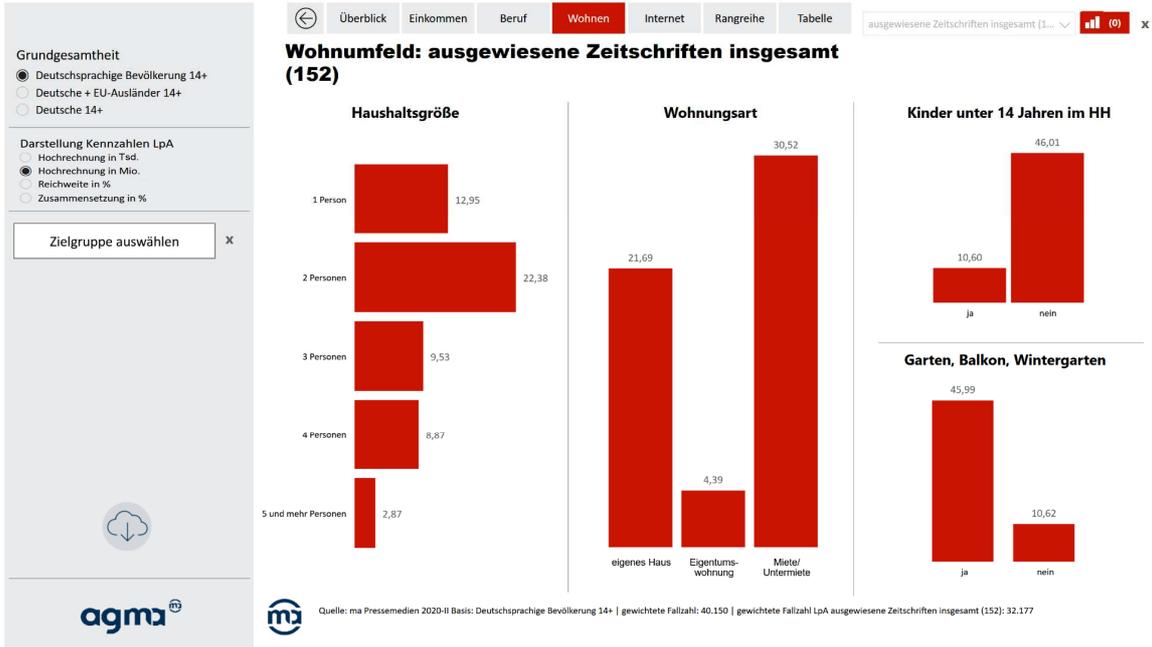


Quelle: ma Pressemedien 2020-II Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ | gewichtete Fallzahl: 40.150 | gewichtete Fallzahl LpA ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (152): 32.177

Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



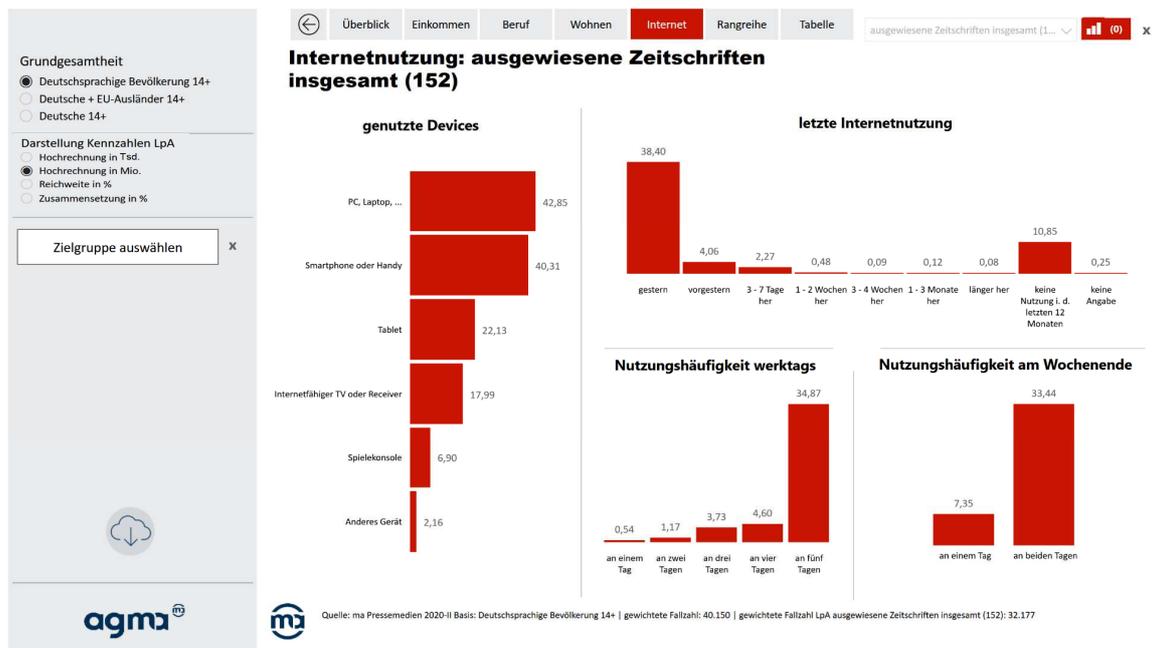
8



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



9



Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



10

Grundgesamtheit

- Deutschsprachige Bevölkerung 14+
- Deutsche + EU-Ausländer 14+
- Deutsche 14+

Basis-Zielgruppe

- männlich 14-19 Jahre
- weiblich 20-49 Jahre
- 50+ Jahre

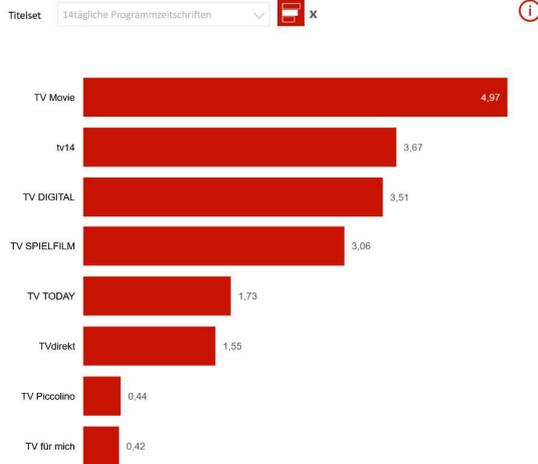
Darstellung Kennzahlen LpA

- Hochrechnung in Tsd.
- Hochrechnung in Mio.
- Reichweite in %
- Zusammensetzung in %



- Überblick
- Einkommen
- Beruf
- Wohnen
- Internet
- Rangreihe**
- Tabelle

Rangreihen-Analyse



- Online
- Haushaltführende
- 20-49 Jahre, HHNE 3.000 Euro+
- Männer
- Männer, 14-19 Jahre
- Männer, 20-49 Jahre
- Männer, 50+ Jahre
- Frauen
- Frauen, 14-19 Jahre
- Frauen, 20-49 Jahre
- Frauen, 50+ Jahre

Quelle: ma Pressemedien 2020-II Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ | gewichtete Fallzahl: 32.871

Vorab-Visualisierungen, Änderungen möglich



11

- Überblick
- Einkommen
- Beruf
- Wohnen
- Internet
- Rangreihe
- Tabelle**

ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (1...)

Gesamttabelle:

	Gesamtbevölkerung						Leserschaft pro Ausgabe								
	Anteil in %			Hochrechnung in Tsd.			Reichweite in %			Zusammensetzung in %			Hochrechnung in Tsd.		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
Gesamt:Deutschsprachig 14+	100	100	100	70,641	34,845	35,796	77,7	75,2	80,2	100	100	100	54,902	26,201	28,701
Deutschsprachig 14+	100	100	100	70,641	34,845	35,796	77,7	75,2	80,2	100	100	100	54,902	26,201	28,701
Deutsche 14+	89	88	90	62,822	30,621	32,201	78,6	76,0	81,1	90	89	91	49,392	23,271	26,121
Deutsche	89	88	90	62,822	30,621	32,201	78,6	76,0	81,1	90	89	91	49,392	23,271	26,121
Geschlecht															
Männer	49	100		34,842	34,842		75,2	75,2		48	100		26,201	26,201	
Frauen	51		100	35,792		35,792	80,2		80,2	52		100	28,702		28,702
Haushaltführende															
Haushaltführende	58	38	77	40,752	13,16	27,60	77,4	69,4	81,2	57	35	78	31,532	9,141	22,401
Haupteinkommensbezieher															
Haupteinkommensbezieher	58	82	34	40,762	28,66	12,10	76,3	76,2	76,5	57	83	32	31,102	21,851	9,261
Altersgruppen															
14-19 Jahre	7	7	6	4,722	2,451	2,281	72,3	71,3	73,3	6	7	6	3,412	1,741	1,671
20-29 Jahre	14	14	13	9,582	4,991	4,591	66,5	63,9	69,4	12	12	11	6,372	3,191	3,191
30-39 Jahre	15	15	14	10,402	5,321	5,081	71,4	69,8	73,1	14	14	13	7,432	3,711	3,711
40-49 Jahre	14	15	14	10,242	5,171	5,071	76,7	74,5	79,0	14	15	14	7,862	3,851	4,011
50-59 Jahre	19	19	18	13,312	6,701	6,621	79,0	76,7	81,4	19	20	19	10,522	5,131	5,391



12



13