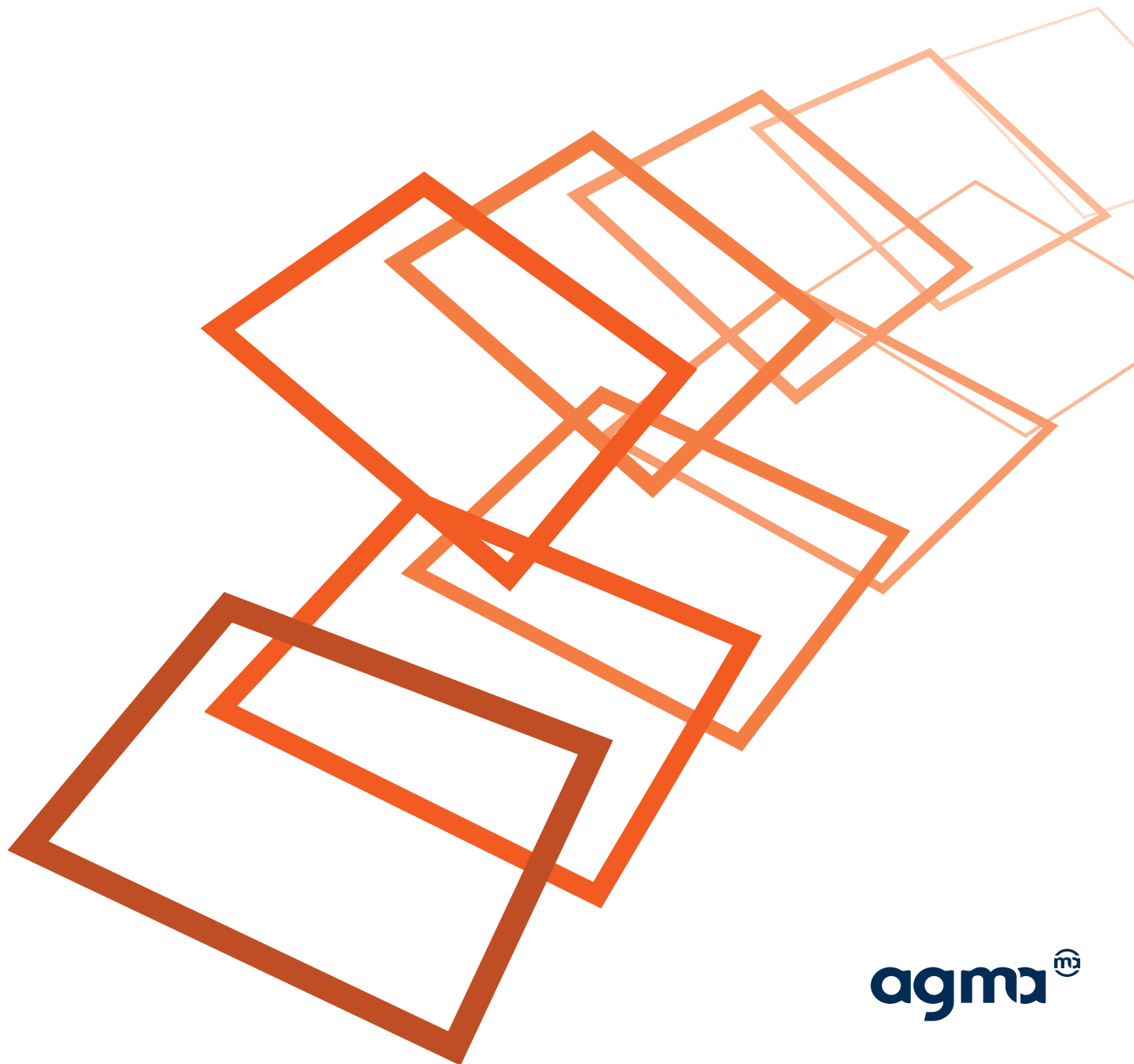


ma 2024 Pressemedien I

Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung

am 24. Januar 2024



ma 2024 **Pressemedien I**

Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung

am 24. Januar 2024

© ma 2024 Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. und Media-Micro-Census GmbH

Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit der Quellenangabe "ma 2024 Pressemedien I" gestattet. Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse durch Nicht-Mitglieder der agma bedarf schriftlicher Zustimmung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma), Franklinstraße 52, 60486 Frankfurt am Main.

ISSN 0933-0372

Im Auftrag der
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Inhalt

<i>Inhalt</i>	1
1. Umfang der Veröffentlichungen	2
2. Richtlinien und Regeln im Umgang mit den ma-Daten	2
3. Untersuchungs-Steckbrief ma 2024 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. Veränderungen Mikrozensus 2021	5
5. FAST COVERAGE – Das neue agma-Reichweitenprojekt der Publikumszeitschriften	7
6. Veränderungen in den Vorspalten ma 2024 Pressemedien I	9
<i>Zeitschriften und Wochenzeitungen</i>	9
<i>Tarifkombinationen</i>	11
<i>Tageszeitungen</i>	12
7. Anhang	13
<i>Anhang 1 – Feldeinsatzplan ma 2024 Pressemedien I</i>	14
<i>Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2024 Pressemedien I</i>	15
<i>Anhang 3 – Redaktionelle Gruppen</i>	17
<i>Anhang 4 – Vorstellung der Zeitschriften</i>	19
<i>Anhang 5 – Veränderungen zur vorhergehenden ma</i>	21
<i>Anhang 6 – Tarifkombinationen</i>	22
<i>Anhang 7 – Merkmale zur Personen- und Haushaltsgewichtung</i>	24
<i>Anhang 8 – Schwankungsbreiten</i>	28
<i>Anhang 9 – Darstellung Bevölkerung in den Tabellen des Dashboards</i>	30
<i>Anhang 10 – FAST COVERAGE</i>	31

1. Umfang der Veröffentlichungen

Am 24. Januar 2024 erscheint die Berichterstattung ma 2024 Pressemedien I.

Die **Berichterstattung ma 2024 Pressemedien I** erfolgt auf Basis der Herbstwelle 2022 und der Frühjahrswelle 2023 (Erhebungszeitraum vom 11.09.2022 bis zum 19.07.2023).

Die Gesamtberichterstattung ma 2024 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 24.01.2024 ab 09.00 Uhr zur Verfügung.

Dashboard Nationale Darstellungen Pressemedien

Das Dashboard ersetzt die Berichtsbände der nationalen Darstellungen Pressemedien.

Das Dashboard ermöglicht die Leserschaftsdaten der 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 2024 Pressemedien I sowie auf der Seite agma Boards der agma Homepage aufrufbar.

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 2024 Pressemedien I

Grundgesamtheit

Für Personen

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

→ 70,080 Mio.

Für Haushalte

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

→ 40,601 Mio.

Quellen

Bevölkerungsstand

→ 31.12.2021, Mikrozensus: 2021

Gebietsstand

→ Fortschreibung auf den Gebietsstand 31.12.2022 durch BIK aufgrund der Veränderungsmittelungen durch die Statistischen Landesämter.

→ Gemeindedatei GV-ISys: Statistisches Bundesamt Wiesbaden

Fallzahlen

Personen

ma 2024 Pressemedien I n= 33.280 (CASI: n= 20.883/ CAWI: n= 12.397)

Haushalte

ma 2024 Pressemedien I n= 32.469 (CASI: n= 20.072/ CAWI: n= 12.397)

Erhebungswellen

ma 2024 Pressemedien I

	CASI	CAWI
Herbstwelle 2022	11.09.2022 – 11.02.2023	15.09.2022 – 15.02.2023
Frühjahrswelle 2023	05.03.2023 - 15.07.2023	09.03.2023 - 19.07.2023

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 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. In der Herbstwelle 2022 und der Frühjahrswelle 2023 wurden keine CASI-Interviews nach Quotenauswahl durchgeführt.

Durchführende Institute

CASI (Adress-Random) = X

CAWI (Quotenauswahl) = W

	Herbst 2022	Frühjahr 2023
Bilendi	W	W
Forsa Marplan	X	X
GIM	X	X
IFAK	X	X
Ipsos	X	X
Payback	W	W
respondi	W	W
Gapfisch	W	W
Norstat	-	W

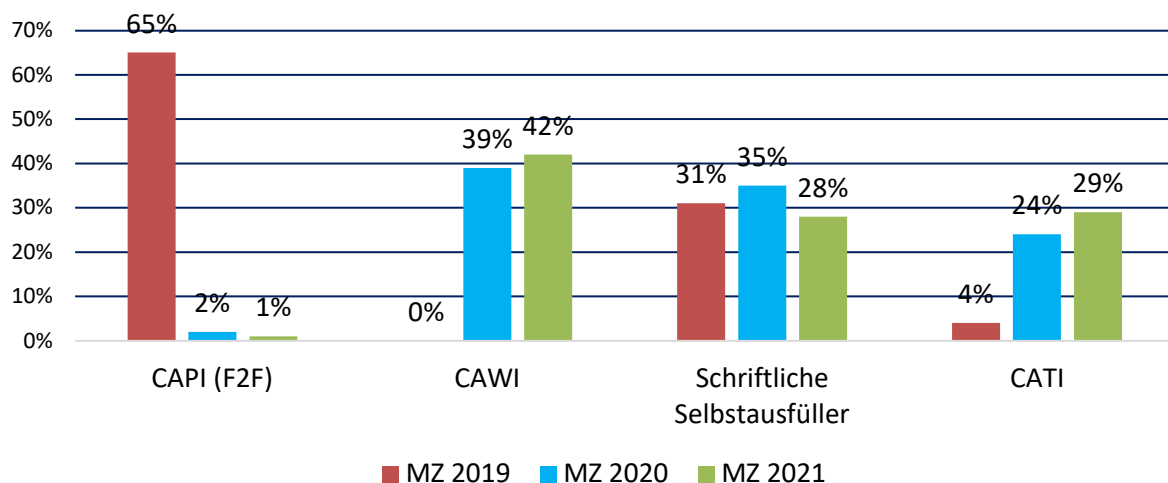
Erhebung und Ausweisung

	erhoben	ausgewiesen
Zeitschriften / Wochenzeitungen	173 / 165*	133
Supplements / Zeitungsmagazine	2 / 2*	1
Lesezirkel	1	1

*Herbstwelle 2022 / Frühjahrswelle 2023

4. Veränderungen Mikrozensus 2021

Der Mikrozensus 2021 liefert die amtlichen Sollvorgaben, an die die Berichterstattungen der ma 2024 Pressemedien I in den Gewichtungen angepasst werden. Aufgrund der Corona-Pandemie kam es im Vorjahr, beim MZ 2020, zu erheblichen Anpassungen in der Durchführung wie auch zu Veränderungen in den Ergebnisstrukturen, die ihren Ursprung gleichfalls in den veränderten gesellschaftlichen, wie wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Pandemie und den dazu getroffenen Maßnahmen hatten. Die Veränderung der Zusammensetzung der Befragungsmethoden wurde im MZ 2021 weitgehend beibehalten; die Verschiebungen in den Ergebnisstrukturen werden im Folgenden aus heutiger Sicht bewertet.



Weiterhin spielt die vormals dominante Methode, im Haushalt durchgeführte persönliche Interviews, nahezu keine Rolle. Online- sowie Telefonbefragungen generieren auch im MZ 2021 mehr als 2/3 der Interviews. Im Unterschied zu dieser methodischen Kontinuität weist der MZ 2021 im Vergleich zum Vorjahr eine deutlich geringere Ausfallquote von 14% auf. Diese liegt jedoch immer noch wesentlich über den Werten, die in den Erhebungen vor 2020 üblich waren (Zum Vergleich: 2020 belief sich die Ausfallquote auf 35%, in den Jahren 2013 – 2018 lag sie jeweils zwischen circa 2% und 4% und im Jahr 2019 bei gut 6%.)

Um diese Ausfälle zu kompensieren, wird weiterhin ein zweistufiges Hochrechnungsmodell auf Bundeslandebene angewandt. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Publikationen/Downloads-Haushalte/statistischer-bericht-mikrozensus-haushalte-familien-2010300217005.xlsx?__blob=publicationFile]. Über die dabei verwendete Bevölkerungsfortschreibung liegen verlässliche Eckwerte vor, an die der Mikrozensus hinsichtlich Alter, Region und Staatsangehörigkeit angepasst wird. Für tiefer gehende Merkmale werden keine Anpassungen an Außenvorgaben vorgenommen. Dies bedeutet, dass Angaben zur Zusammensetzung der bundesdeutschen Bevölkerung hinsichtlich Alter, Geschlecht und Staatsangehörigkeit sehr verlässlich, tiefer liegende Merkmale wie Einkommen oder Bildung jedoch mit einer gewissen Unsicherheit verbunden sind.

(Quelle: https://www.destatis.de/DE/Methoden/WISTA-Wirtschaft-und-Statistik/2021/06/hochrechnung-mikrozensus-062021.pdf?__blob=publicationFile)

Relevante Ergebnisunterschiede

Im MZ 2020 zeigten sich starke inhaltliche Verschiebungen bei den Haushaltsgrößen, beim persönlichen und beim Haushaltseinkommen sowie bei den Bildungsabschlüssen und auch hinsichtlich Berufstätigkeit der Befragten. Die nun mit dem MZ 2021 vorliegenden Ergebnisse ermöglichen eine retrospektive Einordnung dieser Verschiebungen und eine Beurteilung, ob diese realen, teils pandemiebedingten Veränderungen darstellten, oder durch die veränderte Methodik bedingt waren. Es zeigt sich, dass der im MZ 2020 beobachtbare Trend hin zu 3- und 4-Personenhaushalten sich wieder verkehrt hat und wohl ein reales Phänomen (sprich weniger Haushaltsneugründungen im ersten Jahr der Pandemie) abgebildet wurde. Ebenso haben sich die zum Teil drastischen Verschiebungen hinsichtlich Berufstätigkeit abgeschwächt und teilweise verkehrt.

Auch hier wurden offenbar reale Entwicklungen wie der Wegfall von Minijobs oder die Verlängerungen der Ausbildungszeiten erfasst. Entsprechend ist die im MZ 2021 festgestellte Zunahme der Beschäftigungsverhältnisse plausibel. Andere Auffälligkeiten im MZ 2020 wie die deutlichen Verschiebungen bei Einkommen und Schulabschlüssen bestätigen sich im MZ 2021 und scheinen durch Veränderungen in der Abfrage bedingt zu sein (neue Abfrage Art des höchsten Schulabschlusses – Mehrfachnennung möglich sowie neue Skalen und erweiterte Definitionen von Einkommen).

Abschließend lässt sich festhalten, dass durch den Mikrozensus reale Verschiebungen in der Bevölkerungsstruktur abgebildet werden, Effekte, die durch die Erhebungsmethoden oder Änderungen im Fragebogen bedingt sind, können jedoch nicht vollständig ausgeschlossen werden.

5. FAST COVERAGE – Das neue agma-Reichweitenprojekt der Publikumszeitschriften

Die Fast Coverage Studie ist ein relativ neuer Bestandteil der agma-Reichweitenerhebung, der nun zum vierten Mal in die Berichterstattung einfließt. Mit einem modifizierten methodischen Ansatz und einem innovativen Berechnungsmodell wurde die Möglichkeit geschaffen, Publikumszeitschriften mit kleineren Leserschaften über eine gesonderte Erhebung in die ma Pressemedien zu integrieren, solange diese Titel die Ausweisungsvoraussetzungen für die reguläre ma Pressemedien noch nicht erfüllen. Dadurch können für kleinere Zeitschriften schneller Reichweiten im Rahmen der ma Pressemedien ausgewiesen werden. Mit dem Projekt Fast Coverage wird der seit längerer Zeit bestehende Wunsch der werbetreibenden Wirtschaft nach einer möglichst umfassenden Abbildung des Printmarktes in der ma Pressemedien erfüllt.

Der Grundgedanke des Modells ist, dass die Reichweiten der online durchgeführten Befragung valide Ergebnisse darstellen, wenn die Daten mittels der Vorgaben aus der vollumfänglichen Erhebung der ma Pressemedien justiert werden. Dafür wird ein Set von sogenannten Ankertiteln definiert, die als Ausrichtungspunkte herangezogen werden. Bei diesen Titeln handelt es sich um Zeitschriften mit größeren Leserschaften und in der Regel vergleichsweise stabilen Ergebnissen. Zudem erfolgt die Auswahl der Ankertitel differenziert nach redaktionellen Gruppen, damit den noch Nicht-ma-Titeln inhaltlich ähnliche Einheiten zugeordnet werden können. Bei Fast Coverage werden somit die Reichweiten von rund 70 Publikumszeitschriften ermittelt, dies umfasst ca. 40 Nicht-ma-Titel und 30 ma-Titel, die als Ankertitel fungieren. Nach der Gewichtung soziodemografischer Merkmale werden die WLK- und LpN-Ergebnisse der neuen Titel mit Hilfe der Ankertitel kalibriert. Methodisch ist außerdem festzuhalten, dass die 10-wöchige Fast Coverage Erhebung in Form einer Quotenstichprobe von Online-Access-Panels durchgeführt wird. Die Grundgesamtheit des Projektes besteht aus Onlinern der deutschsprachigen Bevölkerung zwischen 14 und 79 Jahren aus. Die Teilnahme an diesem Projekt ist grundsätzlich für alle IVW gemeldeten Publikumszeitschriften offen. Eine Aufnahme in die Erhebung von Fast Coverage ist zunächst kostenlos möglich. Ein weiterer Vorteil ist, dass eine Ausweisung bereits nach einer Welle und ab 176 Fällen im WLK vorgesehen ist. Wenn die Reichweitenergebnisse des Titels ausgewiesen werden sollen, entstehen

anteilige Kosten. Vor einer möglichen Ausweisung im Rahmen der ma Pressemedien können die vorläufigen Ergebnisse der Titel gesichtet werden und es steht dem Verlag frei, die Ergebnisse von Fast Coverage zu veröffentlichen oder darauf zu verzichten. Folgende Werte werden ausgewiesen: Nutzung in den letzten 2-3 Jahren; WLK, LpN und LpA. Die Ausweisung erfolgt - mit methodischen Hinweisen zur abweichenden Grundgesamtheit und den methodischen Spezifikationen - separiert von den Reichweiten der vollumfänglichen Erhebung als eigene Titelgruppe in den bekannten Zähltools.

Die Ergebnisse der Fast Coverage Studie wurden gemeinsam mit den Zeitschriften-Vertretern sowie im Rahmen des Teil-Arbeitsausschusses der Publikumszeitschriften betrachtet und für gut befunden. Die Einzelergebnisse sind plausibel und die deutliche Mehrheit der Titel hat einen Reichweitenwert erzielt, der innerhalb des Ergebnisspektrums der jeweiligen redaktionellen Gruppe liegt. Zur Berichterstattung ma 2024 I lassen sich folgende 13 Titel ausweisen:

1. AutoZEITUNG classic cars
2. Bravo Sport
3. Glamour
4. Good Health
5. Grazia
6. Harvard Business Manager
7. IN
8. LandApotheke
9. mein tv & ich
10. Slowly Veggie
11. TV 4Wochen
12. Vital
13. WOCHE HEUTE

Hinsichtlich der Ausweisung der Fast Coverage-Titel in der Berichterstattung ist zu beachten:

- Aufgrund der Befragung in der Grundgesamtheit „Onliner im Alter 14-79 Jahre“ können keine Aussagen zu den Nicht-Onlinenutzern aus diesen Daten abgeleitet werden. Mit Aufruf eines Fast Coverage-Titels wird daher im Dashboard und auch in den Zähltools automatisch der Filter „3-Monatsonliner, 14-79 Jahre“ als Auswertungsbasis vorgegeben.
- Die Fast Coverage-Titel werden im Anschluss an die Zeitschriften nach Erscheinungsweisen in einem separaten Block gelistet. Für die Fast Coverage-Titel werden ausschließlich ma-Daten auf Basis Werbeträgerkontaktchance (LpA) ausgewiesen.

Eine Anmeldung von neuen Titeln zur anstehenden Befragung Fast Coverage Frühjahr 2024 ist bis zum 17. Januar möglich. Eine Anmeldung zur Abfrage ist mit keinen Kosten verbunden.

Die Anmeldung kann formlos per E-Mail an Bernhard Wagner (Wagner@agma-mmc.de) erfolgen. Ausführliche Informationen entnehmen Sie der Studieninformation (Anhang 10).

6. Veränderungen in den Vorspalten ma 2024 Pressemedien I

Zeitschriften und Wochenzeitungen

Neue Titel und deren redaktionelle Eingruppierung

In der Berichterstattung ma 2024 Pressemedien I wird

- GQ (2mo)

nach Wechsel der Erscheinungsweise wieder ausgewiesen.

Änderung der Erscheinungsweise

- Die Titel "Jolie" und "Petra" erscheinen mit Jahresanfang 2024 2-monatlich. Die Titel wurden in den Erhebungswellen der ma 2024 I als monatliche Titel erhoben.
- Die Titel "Grazia" und "IN" erschienen ab Januar 2023 vierzehntäglich. Die Titel werden aufgrund des Erscheinungsweisenwechsels über Fast Coverage auf Basis „3-Monatsonliner, 14-79 Jahre“ in der ma 2024 I ausgewiesen. Eine Ausweisung in der Standard-Erhebung der ma ist ab der Juli-Berichterstattung wieder möglich.
- Der Titel "Vital" erschien ab 2023 2monatlich. Der Titel wird aufgrund des Erscheinungsweisenwechsels über Fast Coverage auf Basis „3-Monatsonliner, 14-79 Jahre“ in der ma 2024 I ausgewiesen. Eine Ausweisung in der Standard-Erhebung der ma ist ab der Juli-Berichterstattung wieder möglich.
- Die Zeitschrift "GLAMOUR" erscheint 3-monatlich. Der Titel wird aufgrund des Erscheinungsweisenwechsels über Fast Coverage auf Basis „3-Monatsonliner, 14-79 Jahre“ in der ma 2024 I ausgewiesen. Eine Ausweisung in der Standard-Erhebung der ma ist ab der Juli-Berichterstattung wieder möglich.

Liste der Zeitschriften, die mit Fast Coverage erhoben und in die ma 2024 Pressemedien I fusioniert wurden (eine redaktionelle Einordnung erfolgt für diese Titel nicht):

1. AutoZEITUNG classic cars
2. Bravo Sport
3. Glamour
4. Good Health
5. Grazia
6. Harvard Business Manager
7. IN
8. LandApotheke
9. mein tv & ich
10. Slowly Veggie
11. TV 4Wochen
12. Vital
13. WOCHE HEUTE

Ausgeschiedene Titel

- AUDIO VIDEO FOTO BILD
- essen&trinken Für jeden Tag
- Maxi
- P.M. Magazin
- rtv

Tarifikombinationen

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 wie bisher mindestens 351 Fälle im WLK erreicht haben, damit die Tarifikombination ausgewiesen werden kann.

Für Tarifikombinationen, 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 Tarifikombinationen in der Berichterstattung bei den Einzeltiteln ausgewiesen.

Neue Tarifikombinationen

Zur ma 2024 Pressemedien I haben sich keine Tarifikombination neu angemeldet.

Änderung in der Bezeichnung

Zur ma 2024 Pressemedien I ergaben sich keine Änderungen in der Bezeichnung von Tarifikombinationen.

Entfallene Tarifikombinationen

Zur ma 2024 Pressemedien I ist folgende Tarifikombinationen entfallen:

- **HALL OF FAME, bestehend aus IN und OK!**

Diese Tarifikombination kann voraussichtlich in der ma 2024 Pressemedien II wieder ausgewiesen werden.

Änderung in der Zusammensetzung

Zur ma 2024 Pressemedien I ergaben sich keine Änderungen in der Zusammensetzung der Tarifikombinationen.

Tageszeitungen

Titel/Kombinationen, die entfallen

- ACN-Gesamt (102876)
- ACN-Gesamt Abo-Zeitungen (102877)
- Media Impact TZ XL (105070)
- Media Impact TZ ABO Mo.-Sa. (105071)
- Media Impact TZ Regio Abo (105072)
- SCORE MEDIA Group, Score Metropolregionen (105466)
- VRM Tageszeitungen Mittelhessen (105672)
- VRM Tageszeitungen Rhein-Main (105016; im ZIS-Teil weiterhin enthalten)

Neu ausgewiesene Titel/Kombinationen

- VRM Tageszeitungen plus (105669)
- IppenMEDIA National (105777)

Änderung in der Zusammensetzung

- Hessen-Kombi (105555)
- Bayern Reisekombi (105768) vormals By Reisekombi classic (105402)
- SCORE MEDIA Group, Score M-Städte (105774) vormals Score M-Städte (102112)

Änderung in der Ausweisung (erstmalig mit ma-Verbreitungsgebiet)

- SCORE MEDIA Group, Score MAX (105115)
- SCORE MEDIA Group, Score L-Städte (105113)
- SCORE MEDIA Group, Score M-Städte (105774)
- SCORE MEDIA Group, Score S-Städte (105111)

Weitere Informationen zu Änderungen der Tageszeitungen entnehmen Sie dem TZ-Update, das ebenfalls Ende Januar 2024 erscheint.



Frankfurt am Main, 20. Dezember 2023

7. Anhang

Anhang 1 - Feldeinsatzplan ma 2024 Pressemedien I

Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2024 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 – FAST COVERAGE Frühjahr 2024

Detaillierte Studieninformationen und Teilnahmebedingungen

Anhang 1 – Feldeinsatzplan ma 2024 Pressemedien I

CASI Herbst 2022					
KW					
September	37	11.09.2022	-	17.09.2022	X
September	38	18.09.2022	-	24.09.2022	X
September	39	25.09.2022	-	01.10.2022	X
Oktober	40	02.10.2022	-	08.10.2022	X
Oktober	41	09.10.2022	-	15.10.2022	X
Oktober	42	16.10.2022	-	22.10.2022	X
Oktober	43	23.10.2022	-	29.10.2022	X
Oktober	44	30.10.2022	-	05.11.2022	X
November	45	06.11.2022	-	12.11.2022	X
November	46	13.11.2022	-	19.11.2022	X
November	47	20.11.2022	-	26.11.2022	X
November	48	27.11.2022	-	03.12.2022	X
Dezember	49	04.12.2022	-	10.12.2022	X
Dezember	50	11.12.2022	-	17.12.2022	X
Feldpause	51				
Januar	52	Feldpause			
Januar	1				
Januar	2	08.01.2023	-	14.01.2023	X
Januar	3	15.01.2023	-	21.01.2023	X
Januar	4	22.01.2023	-	28.01.2023	X
Januar	5	29.01.2023	-	04.02.2023	X
Februar	6	05.02.2023	-	11.02.2023	X

CAWI Herbst 2022					
KW					
September	37	15.09.2022	-	21.09.2022	X
September	38	22.09.2022	-	28.09.2022	X
September	39	29.09.2022	-	05.10.2022	X
Oktober	40	06.10.2022	-	12.10.2022	X
Oktober	41	13.10.2022	-	19.10.2022	X
Oktober	42	20.10.2022	-	26.10.2022	X
Oktober	43	27.10.2022	-	02.11.2022	X
November	44	03.11.2022	-	09.11.2022	X
November	45	10.11.2022	-	16.11.2022	X
November	46	17.11.2022	-	23.11.2022	X
November	47	24.11.2022	-	30.11.2022	X
Dezember	48	01.12.2022	-	07.12.2022	X
Dezember	49	08.12.2022	-	14.12.2022	X
Dezember	50	15.12.2022	-	21.12.2022	X
Feldpause	51				
Januar	52	Feldpause			
Januar	1				
Januar	2	12.01.2023	-	18.01.2023	X
Januar	3	19.01.2023	-	25.01.2023	X
Januar	4	26.01.2023	-	01.02.2023	X
Februar	5	02.02.2023	-	08.02.2023	X
Februar	6	09.02.2023	-	15.02.2023	X

CASI Frühjahr 2023					
KW					
März	10	05.03.2023	-	11.03.2023	X
März	11	12.03.2023	-	18.03.2023	X
März	12	19.03.2023	-	25.03.2023	X
März	13	26.03.2023	-	01.04.2023	X
April	14	02.04.2023	-	08.04.2023	X
April	15	09.04.2023	-	15.04.2023	X
April	16	16.04.2023	-	22.04.2023	X
April	17	23.04.2023	-	29.04.2023	X
April	18	30.04.2023	-	06.05.2023	X
Mai	19	07.05.2023	-	13.05.2023	X
Mai	20	14.05.2023	-	20.05.2023	X
Mai	21	21.05.2023	-	27.05.2023	X
Mai	22	28.05.2023	-	03.06.2023	X
Juni	23	04.06.2023	-	10.06.2023	X
Juni	24	11.06.2023	-	17.06.2023	X
Juni	25	18.06.2023	-	24.06.2023	X
Juni	26	25.06.2023	-	01.07.2023	X
Juli	27	02.07.2023	-	08.07.2023	X
Juli	28	09.07.2023	-	15.07.2023	X

CAWI Frühjahr 2023					
KW					
März	10	09.03.2023	-	15.03.2023	X
März	11	16.03.2023	-	22.03.2023	X
März	12	23.03.2023	-	29.03.2023	X
März	13	30.03.2023	-	05.04.2023	X
April	14	06.04.2023	-	12.04.2023	X
April	15	13.04.2023	-	19.04.2023	X
April	16	20.04.2023	-	26.04.2023	X
April	17	27.04.2023	-	03.05.2023	X
Mai	18	04.05.2023	-	10.05.2023	X
Mai	19	11.05.2023	-	17.05.2023	X
Mai	20	18.05.2023	-	24.05.2023	X
Mai	21	25.05.2023	-	31.05.2023	X
Juni	22	01.06.2023	-	07.06.2023	X
Juni	23	08.06.2023	-	14.06.2023	X
Juni	24	15.06.2023	-	21.06.2023	X
Juni	25	22.06.2023	-	28.06.2023	X
Juni	26	29.06.2023	-	05.07.2023	X
Juli	27	06.07.2023	-	12.07.2023	X
Juli	28	13.07.2023	-	19.07.2023	X

Anhang 2 – Veröffentlichte Medien ma 2024 Pressemedien I

BILD am SONNTAG	wö 107	happinez	2mo 16	Fast Coverage:	
BUNTE	wö 110	COUCH	mo 31	Glamour	4xJ 220
Closer	wö 112			Land Apotheke	4xJ 221
Gala	wö 126	BRAVO	mo 23	Good Health	2mo 222
InTouch	wö 133			Slowly Veggie	2mo 223
OK!	wö 146	Gartenspaß	mo 39	Vital	2mo 224
SUPERillu	wö 151	Das Haus	mo 43	AutoZEITUNG classic cars	mtl 225
		Lisa Blumen & Pflanzen	mo 50	Bravo Sport	mtl 226
FOCUS	wö 115	Lisa Wohnen & Dekorieren	mo 52	Harvard Business Manager	mtl 227
DER SPIEGEL	wö 148	Living at Home	mo 53	TV 4Wochen	mo 228
stern	wö 150	Mein schöner Garten	mo 59	Grazia	14 229
		SCHÖNER WOHNEN	mo 69	IN	14 230
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wö 117	Wohnen & Garten	mo 80	mein tv & ich	14 231
WELT AM SONNTAG	wö 158	WOHNIDEE	mo 82	WOCHE HEUTE	wö 232
DIE ZEIT	wö 161				
		selbst ist der Mann	mo 70		
auf einen Blick	wö 103			Tarifkombinationen Zeitschriften	
BILD+FUNK	wö 106	BILD der FRAU - Gut kochen & backen	2mo 13		
BILDWOCHE	wö 109	essen&trinken	mo 37	BILD DEUTSCHLAND GESAMT	311
Fernsehwoche	wö 114	kochen & genießen	mo 47	AS-AUTO+SPORT+COMPUTER Kombi	312
FUNK UHR	wö 125	LECKER	mo 48	BASIS PROGRAMM	313
Gong	wö 129	Mein Lieblingsrezept	mo 58	BAUER BEST AGE Kombi	314
HÖRZU	wö 131	meine Familie & ich	mo 60	BAUER FOOD KOMBINATION	315
Super TV	wö 152	REZEPTE pur	mo 68	BAUER MÄNNER KOMBI	316
tv Hören und Sehen	wö 154	tina Koch&Back-Ideen	mo 73	BAUER MILLIONEN SUPERKOMBI	317
TV klar	wö 155			BURDA ENTERTAINMENT KOMBI	318
TV neu!	wö 156	CINEMA	mo 30	Burda Klambt WEEKLY POWER	319
die 2	wö 162	GQ	2mo 17	BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND	320
		Men's Health	mo 61	BURDA SUPER ENTERTAINMENT WOMEN	321
Prisma	wö 164	Playboy	mo 67	BURDA SUPER FREIZEIT PLUS	322
				BURDA WEEKLY POWER	323
TV DIGITAL	14 95	ADAC Motorwelt	4xJ 11	CC FREIZEIT	324
TV für mich	14 97	AUTO BILD	wö 104	CHIP Digital Imaging Kombi	325
TV Movie	14 98	AUTO MOTOR UND SPORT	14 85	Consumer Combination	326
TV Piccolino	14 99	AUTO ZEITUNG	14 86	F.A.Z. + F.A.S. Kluge Köpfe Kombi	327
TV SPIELFILM plus	14 100	AUTO STRASSENVERKEHR	14 87	Flower Power-Kombination I	328
tv14	14 94	ACE LENKRAD	2mo 12	Flower Power-Kombination II	329
TVdirekt	14 96	AUTO BILD SPORTSCARS	mo 21	FOCUS-BlueChip-Kombi	330
		SPORT AUTO	mo 72	Frauen Premium Kombi	331
tv pur	mo 74			Frauen Premium Kombi Plus	332
		MOTORRAD	14 93	FUNKE BEST LIFE KOMBI	333
die aktuelle	wö 101			FUNKE BESTSELLER PROGRAMM KOMBI	334
Avanti	wö 105	kicker-sportmagazin (Montagsausgabe)	wö 134	FUNKE FRAUEN KOMBI SERVICE	335
ECHO DER FRAU	wö 113	SPORT BILD	wö 149	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY	336
frau aktuell	wö 118	11 Freunde	mo 84	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY PLUS	337
Frau mit Herz	wö 121			FUNKE MILLIONEN KOMBI	338
FRAU IM SPIEGEL	wö 119	Art	mo 19	FUNKE MILLIONEN KOMBI plus	339
FreizeitRevue Plus	wö 123	GEO	mo 40	FUNKE MILLIONEN KOMBI XXL	340
FREIZEITWOCHE	wö 124	NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	mo 63	FUNKE PEOPLE POWER	341
GLÜCK'S REVUE	wö 127	Welt der Wunder	mo 79	FUNKE WASO-FRAUEN-VIER	342
DAS GOLDENE BLATT	wö 128			FUNKE WOMEN'S BEST KOMBI	343
mach mal Pause	wö 138	COMPUTER BILD	14 89	Gong plus	344
Mini	wö 139	CHIP	mo 28	Intouch / Closer-Kombination	345
das neue	wö 140			Klambt Mega Kombi	346
DAS NEUE BLATT	wö 141	CHIP FOTO-VIDEO	mo 29	Klambt Programm Weekly Neu	347
DIE NEUE FRAU	wö 142			Klambt Programm Weekly++	348
Neue Post	wö 143	ÖKO-TEST	mo 64	KLAMBT SUPER MEGA KOMBI ++	349
NEUE WELT	wö 144			Klambt Super Mega Kombi Neu	350
neue Woche	wö 145	FOCUS-MONEY	wö 116	Klassik Frauen 2	351
Schöne WOCHE	wö 147	Wirtschaftswoche	wö 159	LISA TREND KOMBI	352
Viel Spaß	wö 157	Capital	mo 26	Marktführer-Kombi BurdaHome	353
WOCHE DER FRAU	wö 160	Guter Rat	mo 42	Media Impact TZ XXL	354
7 TAGE	wö 163	manager magazin	mo 55	REPUBLIC weekend (F.A.Z. + F.A.S. + SZ)	355
				tina bella Laura Alles für die Frau Kombination	356
Alles für die Frau	wö 102	VdK-Zeitung	mo 75	tina bella Laura Kombination	357
BILD der FRAU	wö 108			TV Movie tv14 KOMBI	358
Frau im Trend	wö 120			WELT Print Gesamt	359
tina plus	wö 153				
FRAU von HEUTE	wö 122				
Laura	wö 135				
Lea	wö 136				
Lisa	wö 137				
Brigitte	14 88				
freundin	14 90				
FÜR SIE	14 91				
Meins	14 92				
burda style	mo 25				
COSMOPOLITAN	mo 32				
DONNA	mo 33				
ELLE	mo 34				
InStyle	mo 44				
JOLIE	mo 45				
myself	mo 62				
PETRA	mo 66				
VOGUE	mo 78				
Bild der Frau Schlank & fit	2mo 14				
Women's Health	mo 81				

BILD DEUTSCHLAND GESAMT	451	Sächsische Zeitung Plus	545
B.Z.	452	shp Schleswig-Holstein Presse	546
*BILD DEUTSCHLAND WEST GESAMT	453	**sh:z Gesamtausgabe	547
*BILD BERLIN BRANDENBURG GESAMT	454	Schwäbische Zeitung	548
*BILD DEUTSCHLAND OST GESAMT	455	Schwarzwälder Bote	549
EXPRESS	456	Schweriner Volkszeitung	550
Hamburger Morgenpost	457	Siegener Zeitung	551
MetropolKombi München-Landshut (AZ+Lands.Ztg.)	458	Straubinger Tagblatt/Landshuter Zeitung	552
**Abendzeitung München	459	STUTTGARTER ZEITUNG Anzeigengemeinschaft PLUS	553
Morgenpost für Sachsen	460	**Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten 1N StZ/SIN PLUS	554
tz	461	SÜDKURIER	555
*red impact	462	Südwest Presse	556
8 Kaufzeitungen gesamt	463	Tagesspiegel	557
Frankfurter Allgemeine Zeitung	464	Trierischer Volksfreund	558
Handelsblatt	465	VOLKSSTIMME	559
*REPUBLIC workday (F.A.Z. + SZ)	466	VRM TZ plus	560
Süddeutsche Zeitung	467	*DIE WELT Hamburg	562
taz die tageszeitung	468	Westdeutsche Zeitung Plus	563
DIE WELT	469	Westfälischer Anzeiger	564
*SCORE MEDIA Group, Score MAX	474	WESTFALEN-BLATT Gesamtausgabe	565
*SCORE MEDIA Group, Score L-Städte	475	Zeitungsgruppe Neue Westfälische	566
*SCORE MEDIA Group, Score M-Städte	476	ZRN Zeitungsgruppe Rhein-Neckar	567
*SCORE MEDIA Group, Score S-Städte	477	ZGW Zeitungsgruppe Westfalen Klassik	568
Aachener Zeitung	479	**Die Glocke	569
Augsburger Allgemeine mit Allgäuer Zeitung Gesamtausgabe	482	**ZGM Zeitungsgruppe Münsterland	570
**Allgäuer Zeitung (Südausgabe)	483	ZweiländerKombi	571
**Augsburger Allgemeine (Nordausgabe)	484	**Frankenpost Hochfranken	572
Badische Neueste Nachrichten	485	**Neue Presse Hauptausgabe	573
Badische Zeitung	486	**OberfrankenKombi	574
bremenplus	487	**Südthüringer Presse Hauptausgabe	575
**Bremer Anzeigenblock - Weser Kurier	488	*IppenMEDIA National	576
*Bayern Reisekombi	489		
DONAU-KURIER	490		
DRESDNER NEUESTE NACHRICHTEN	491		
Fränkischer Tag / MGO Total	492		
Freie Presse	493		
FUNKE Medien Berlin, Berliner Morgenpost Gesamt	494		
FUNKE Medien Hamburg, Hamburger Abendblatt Gesamt	495		
FUNKE Medien Niedersachsen, Braunschweiger Zeitung Gesamt	496		
**FUNKE Medien Niedersachsen, Braunschweiger Ztg. BZ/Region	497		
FUNKE Medien Nordrhein-Westfalen, Gesamtausgabe inkl. IKZ	498		
FUNKE Medien Thüringen, Gesamtausgabe	499		
General-Anzeiger Bonn	500		
GÖTTINGER TAGEBLATT mediakombi	501		
HAZ-Total	502		
**HAZ-Nielsen-Ballungsraumausgabe	503		
**HAZ/NP-Hannover	504		
Heilbronner Stimme	505		
Hessen-Kombi	506		
Kieler Nachrichten Gesamtausgabe	507		
Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau	508		
Lausitzer Rundschau	509		
LEIPZIGER VOLKSZEITUNG Hauptausgabe	510		
Lübecker Nachrichten Gesamtausgabe	511		
Main-Echo	512		
MAIN-POST	513		
Märkische Allgemeine	514		
Märkische Oderzeitung Ges. + Märkische Zeitung Ges.	515		
**Märkische Oderzeitung	516		
Mittelbayerische Zeitung	517		
Mittelbadische Presse	518		
Mitteldeutsche Zeitung Gesamt + Naumburger Tageblatt	519		
mgw media group westfalen	520		
**mgw 9200 Recklinghäuser Zeitung	521		
**mgw 2200 WiRa Dortmund (Ruhr Nachrichten + Hellweger Anzeiger)	522		
Münchner Merkur Gesamtausgabe	523		
*Münchner Merkur/tz Gesamtausgabe	524		
**Münchner Merkur/tz Großraumausgabe	525		
**Münchner Merkur Großraumausgabe	526		
Neue Osnabrücker Zeitung Gesamtausgabe A-G	527		
Der neue Tag	528		
Nordbayerischer Kurier	529		
Nordkurier	530		
Nordwest-Zeitung/ZN Regio 1	532		
**Nordwest Zeitung	533		
Nürnberger Nachrichten/Nürnberger Zeitung	534		
OFFENBACH-POST	535		
Ostsee Zeitung Gesamtausgabe	536		
Passauer Neue Presse	537		
Pforzheimer Zeitung	538		
Reutlinger General-Anzeiger	539		
Rheinische Post	540		
RheinMainMedia Großraumausgabe	541		
Die Rheinpfalz	542		
Rhein-Zeitung	543		
Saarbrücker Zeitung	544		

Anhang 3 – Redaktionelle Gruppen

Titel der Zeitschriften		Gebildet aus den Feldern		
p-Wert (Formel)	Gruppe			
Teil B				
420	134 ausgewiesene Zeitschriften insgesamt (alle Titel, inkl. Wochen- und Sonntagszeitungen und Supplements)*			
421	128 Zeitschriften insgesamt (ohne WELT am SONNTAG, WELT am SONNTAG kompakt, DIE ZEIT, FAS und Supplements)			
422	1. 14 Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen*			
	BILD am SONNTAG	wö	107	
	BUNTE	wö	110	
	Closer	wö	112	
	Gala	wö	126	
	InTouch	wö	133	
	OK!	wö	146	
	SUPERillu	wö	151	
	FOCUS	wö	115	
	DER SPIEGEL	wö	148	
	stern	wö	150	
	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wö	117	
	WELT AM SONNTAG	wö	158	
	DIE ZEIT	wö	161	
	Programmpresse			
423	2. 22 Programmzeitschriften			
	auf einen Blick	wö	103	
	BILD+FUNK	wö	106	
	BILDWOCHE	wö	109	
	Fernsehwoche	wö	114	
	FUNK UHR	wö	125	
	Gong	wö	129	
	HÖRZU	wö	131	
	Super TV	wö	152	
	tv Hören und Sehen	wö	154	
	TV klar	wö	155	
	TV neu!	wö	156	
	die 2	wö	162	
	Prisma	wö	164	
	TV DIGITAL	14	95	
	TV für mich	14	97	
	TV Movie	14	98	
	TV Piccolino	14	99	
	TV SPIELFILM plus	14	100	
	tv14	14	94	
	TVdirekt	14	96	
	tv pur	mo	74	
	3. Frauenzeitschriften			
424	3.1 32 Wöchentliche Frauenzeitschriften			
	die aktuelle	wö	101	
	Avanti	wö	105	
	ECHO DER FRAU	wö	113	
	frau aktuell	wö	118	
	Frau mit Herz	wö	121	
	FRAU IM SPIEGEL	wö	119	
	FreizeitRevue Plus	wö	123	
	FREIZEITWOCHE	wö	124	
	GLÜCKS REVUE	wö	127	
	DAS GOLDENE BLATT	wö	128	
	mach mal Pause	wö	138	
	Mini	wö	139	
	das neue	wö	140	
	DAS NEUE BLATT	wö	141	
	DIE NEUE FRAU	wö	142	
	Neue Post	wö	143	
	NEUE WELT	wö	144	
	neue Woche	wö	145	
	Schöne WOCHE	wö	147	
	Viel Spaß	wö	157	
	WOCHE DER FRAU	wö	160	
	7 TAGE	wö	163	
	Alles für die Frau	wö	102	
	BILD der FRAU	wö	108	
	Frau im Trend	wö	120	
	tina plus	wö	153	
	FRAU von HEUTE	wö	122	
	Laura	wö	135	
	Lea	wö	136	
	Lisa	wö	137	
425	3.2 4 14-tägliche Frauenzeitschriften			
	Brigitte		14	88
	freundin		14	90
	FÜR SIE		14	91
	Meins		14	92
426	3.3 13 Monatliche Frauenzeitschriften (oder seltener)			
	burda style		mo	25
	COSMOPOLITAN		mo	32
	DONNA		mo	33
	ELLE		mo	34
	InStyle		mo	44
	JOLIE		mo	45
	myself		mo	62
	PETRA		mo	66
	VOGUE		mo	78
	Bild der Frau Schlank & fit		2mo	14
	Women's Health		mo	81
	happinez		2mo	16
	COUCH		mo	31
427	5. 1 Musik- und Jugend- Zeitschrift			
	BRAVO		mo	23
	6. Zeitschriften für Wohnen und Leben			
428	6.1 9 Wohn-/Gartenzeitschriften			
	Gartenspaß		mo	39
	Das Haus		mo	43
	Lisa Blumen & Pflanzen		mo	50
	Lisa Wohnen & Dekorieren		mo	52
	Living at Home		mo	53
	Mein schöner Garten		mo	59
	SCHÖNER WOHNEN		mo	69
	Wohnen & Garten		mo	80
	WOHNIDEE		mo	82
429	6.2 1 Do it yourself			
	selbst ist der Mann		mo	70
430	6.3 8 Ess-Zeitschriften			
	BILD der FRAU - Gut kochen & backen		2mo	13
	essen&trinken		mo	37
	kochen & genießen		mo	47
	LECKER		mo	48
	Mein Lieblingsrezept		mo	58
	meine Familie & ich		mo	60
	REZEPTE pur		mo	68
	tina Koch&Back-Ideen		mo	73
431	7. 4 Lifestyle/Erotik			
	CINEMA		mo	30
	GQ		2mo	17
	Men's Health		mo	61
	Playboy		mo	67
432	8. 9 Motorpresse			
	ADAC Motorwelt		4xJ	11
	AUTO BILD		wö	104
	AUTO MOTOR UND SPORT		14	85
	AUTO ZEITUNG		14	86
	AUTO STRASSENVERKEHR		14	87
	ACE LENKRAD		2mo	12
	AUTO BILD SPORTSCARS		mo	21
	SPORT AUTO		mo	72
	MOTORRAD		14	93
433	9. 3 Sportzeitschriften			
	kicker-sportmagazin (Montagsausgabe)		wö	134
	SPORT BILD		wö	149
	11 Freunde		mo	84
	10. Zeitschriften für Kultur/Natur/Wissenschaft			
434	10.1 4 Wissenschaft/Technik/Kultur			
	Art		mo	19
	GEO		mo	40
	NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND		mo	63
	Welt der Wunder		mo	79
435	10.2 3 Unterhaltungs-Elektronik/ Computer-Zeitschriften			
	COMPUTER BILD		14	89
	CHIP		mo	28
	CHIP FOTO-VIDEO		mo	29
436	10.3 1 Ökologie und Umwelt			
	ÖKO-TEST		mo	64

p-Wert (Formel) Teil B	Gruppe	Gebildet aus den Feldern		
437	11.	5 Wirtschaftspresse		
		FOCUS-MONEY	wö	116
		Wirtschaftswoche	wö	159
		Capital	mo	26
		Guter Rat	mo	42
		manager magazin	mo	55
438	13.	1 Mitgliederzeitung		
		VdK-Zeitung	mo	75
439		6 Aktuelle Zeitschriften		
		BUNTE	wö	110
		Closer	wö	112
		Gala	wö	126
		InTouch	wö	133
		OK!	wö	146
		SUPERillu	wö	151
440		3 Nachrichtenmagazine		
		FOCUS	wö	115
		DER SPIEGEL	wö	148
		stern	wö	150
441		4 Sonntags-/Wochenzeitungen		
		BILD am SONNTAG	wö	107
		DIE ZEIT	wö	161
		Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wö	117
		WELT AM SONNTAG	wö	158
442		12 Wöchentliche Programmzeitschriften		
		auf einen Blick	wö	103
		BILD+FUNK	wö	106
		BILDWOCHE	wö	109
		Fernsehwoche	wö	114
		FUNK UHR	wö	125
		Gong	wö	129
		HÖRZU	wö	131
		Super TV	wö	152
		tv Hören und Sehen	wö	154
		TV klar	wö	155
		TV neu!	wö	156
		die 2	wö	162
443		1 Wöchentliche Supplement		
		Prisma	wö	164
444		7 14tägliche Programmzeitschriften		
		TV DIGITAL	14	95
		TV für mich	14	97
		TV Movie	14	98
		TV Piccolino	14	99
		TV SPIELFILM plus	14	100
		tv14	14	94
		TVdirekt	14	96
445		1 Monatliche Programmzeitschrift		
		tv pur	mo	74

Anhang 4 – Vorstellung der Zeitschriften

Vorstellung der Zeitschriften							Inlandsauflage Durchschnitt VI. Quartal 2022 - III. Quartal 2023 nach Verlagsangaben und IVW-Auflagenstatistik																	
							Erscheinungsweise	Format geschlossen (mm)	Einzelpreis pro Heft (Euro)	Erscheinungstag	Druckart	Auflagenstruktur in %								Auflage in 1000		Hochrechnung in Mio. (LpA)	Leser pro Exemplar (LpE)	
												ABO	EV	sonst. V.	LZ	Bordex	verk.			frei	ePaper			verbr.
Format, Einzelpreis, Erscheinungstag, Druckart, Auflagenstruktur							Stand: 1.12.2023																	
BILD am SONNTAG	wöchentlich	257x369	2,95 €	Sonntag	(Coldset-) Rollenoffset	16,4	63,3	5,2	0,0	8,5	93,3	6,7	27,9	595	555									
BUNTE	wöchentlich	215x289	4,40 €	Donnerstag	(Coldset-) Rollenoffset	34,0	39,4	1,2	23,3	1,0	99,0	1,0	9,3	293	290									
Closer	wöchentlich	210x280	2,80 €	Mittwoch	Offset/Tief	10,2	57,9	6,0	8,1	0,0	82,3	17,7	28,5	39	32									
Gala	wöchentlich	225x292	3,90 €	Donnerstag	Tief	23,4	25,2	12,0	35,2	2,5	98,3	1,7	15,8	133	131									
InTouch	wöchentlich	210 x280	2,80 €	Mittwoch	Offset/Tief	14,9	51,3	7,2	8,8	0,0	82,3	17,7	29,4	41	34									
OK!	wöchentlich	210x280	2,80 €	Mittwoch	Tief	51,3	31,0	3,5	7,8	0,0	93,6	6,4	21,2	45	42									
SUPERillu	wöchentlich	210x280	2,10 €	Donnerstag	Tief	45,1	52,0	0,4	2,0	0,0	99,5	0,5	9,7	163	162									
FOCUS	wöchentlich	210x267	4,90 €	Samstag	Tief	74,2	9,6	2,3	12,0	0,6	98,7	1,3	37,5	239	236									
DER SPIEGEL	wöchentlich	212x280	6,40 €	Samstag	Offset	62,8	14,6	14,5	6,3	1,0	99,2	0,8	44,9	644	638									
stern	wöchentlich	213x277	5,80 €	Donnerstag	Tief	44,7	19,6	6,6	24,1	3,9	98,9	1,1	12,1	311	307									
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	wöchentlich	528x371	4,99 €	Sonntag	Offset	67,9	13,5	10,7	0,0	5,6	97,8	2,2	34,9	192	188									
WELT AM SONNTAG ¹⁾	wöchentlich	400x570	5,30 €	Sa./So.	(Coldset-) Rollenoffset	33,2	21,3	20,1	0,0	13,7	88,4	11,6	41,5	340	300									
DIE ZEIT	wöchentlich	400x570	6,40 €	Donnerstag	Zeitungsoffset	75,8	8,3	13,4	0,0	0,3	97,8	2,2	47,1	625	611									
auf einen Blick	wöchentlich	222x280	1,79 €	Donnerstag	Tief	32,5	67,1	0,0	0,1	0,0	99,8	0,2	0,0	503	502									
BILD+FUNK	wöchentlich	221 x 284	2,30 €	Freitag	Offset/Tief	88,5	10,0	0,1	0,7	0,0	99,3	0,7	0,0	88	88									
BILD WOCHE	wöchentlich	225x309	1,79 €	Donnerstag	Tief	32,2	67,0	0,1	0,0	0,0	99,4	0,6	0,0	46	46									
Fernsehwoche	wöchentlich	222x280	1,79 €	Freitag	Tief	46,7	52,9	0,0	0,2	0,0	99,8	0,2	0,0	214	213									
FUNK UHR	wöchentlich	225x285	1,79 €	Freitag	Tief	48,2	50,9	0,1	0,3	0,0	99,5	0,5	0,0	249	247									
Gong	wöchentlich	221 x 284	2,30 €	Freitag	Offset/Tief	69,7	29,3	0,3	0,3	0,0	99,5	0,5	0,0	140	139									
HÖRZU	wöchentlich	221 x 284	2,30 €	Freitag	Offset/Tief	62,4	33,5	2,4	1,7	0,0	99,9	0,1	0,0	731	730									
Super TV	wöchentlich	221x285	1,69 €	Donnerstag	Tief	66,0	33,4	0,0	0,0	0,0	99,5	0,5	0,0	103	103									
tv Hören und Sehen	wöchentlich	222x280	2,30 €	Freitag	Offset/Tief	64,5	34,5	0,0	0,6	0,0	99,6	0,4	0,0	397	396									
TV klar	wöchentlich	222x280	1,20 €	Donnerstag	Tief	26,7	73,1	0,0	0,1	0,0	99,9	0,1	0,0	79	79									
TV neu!	wöchentlich	225x280	1,20 €	Donnerstag	Tief	13,2	51,0	0,1	0,0	0,0	64,3	35,7	0,0	41	26									
die 2	wöchentlich	221x285	1,79 €	Samstag	Tief	18,0	81,0	0,1	0,1	0,0	99,1	0,9	0,0	44	44									
Prisma	wöchentlich	203x250	- €	Montag	Rotationsiefdruck	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7.228	0									
TV DIGITAL	14-täglich	221 x 284	2,50 €	Freitag	Tief	58,3	37,6	3,8	0,2	0,0	99,9	0,1	0,0	790	790									
TV für mich	14-täglich	221x304	1,40 €	Donnerstag	Tief/Offset	11,2	88,1	0,7	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	379	379									
TV Movie	14-täglich	222x280	2,40 €	Freitag	Offset/Tief	46,8	51,7	0,6	0,2	0,0	99,3	0,7	1,2	556	553									
TV Piccolino	14-täglich	205x264	1,20 €	Donnerstag	Tief	7,8	91,8	0,2	0,0	0,0	99,8	0,2	0,0	163	163									
TV SPIELFILM plus ²⁾	14-täglich	-	-	-	-	51,1	47,4	0,2	0,7	0,0	99,5	0,5	0,0	645	641									
tv14	14-täglich	222x280	1,49 €	Donnerstag	Offset/Tief	19,8	80,1	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	1.480	1.478									
TVdirekt	14-täglich	221 x 284	1,49 €	Donnerstag	Offset/Tief	14,8	83,8	0,0	1,4	0,0	100,0	0,0	0,0	717	717									
TV pur	monatlich	210x265	1,30 €	Donnerstag	Offset/Tief	2,4	97,6	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	547	547									
die aktuelle	wöchentlich	210x268	2,20 €	Samstag	Tief	11,3	82,0	1,5	4,9	0,0	99,8	0,2	1,7	197	197									
Avanti	wöchentlich	210x280	0,89 €	Mittwoch	Tief	0,8	99,1	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	40	40									
ECHO DER FRAU	wöchentlich	212x280	2,20 €	Mittwoch	Tief	35,8	53,7	0,0	10,2	0,0	99,7	0,3	0,0	78	78									
frau aktuell	wöchentlich	212x280	2,20 €	Samstag	Tief	30,1	53,9	0,0	15,5	0,0	99,5	0,5	0,0	63	62									
Frau mit Herz	wöchentlich	207x267	2,20 €	Samstag	Tief	40,0	57,1	0,0	0,5	0,0	97,7	2,3	0,0	28	27									
FRAU IM SPIEGEL	wöchentlich	212x273	2,20 €	Mittwoch	Offset/Tief	19,3	57,9	0,1	22,6	0,0	99,9	0,1	0,0	146	145									
freizeitrevue plus ³⁾	wöchentlich	-	-	-	-	13,7	79,1	0,2	6,8	0,0	99,8	0,2	0,0	583	582									
FREIZEITWOCHE	wöchentlich	210 x280	1,20 €	Mittwoch	Tief	2,7	97,2	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	250	250									
GLÜCKS REVUE	wöchentlich	215x280	1,49 €	Mittwoch	Tief	21,8	65,1	0,2	12,5	0,0	99,5	0,5	0,0	45	45									
DAS GOLDENE BLATT	wöchentlich	212x280	2,20 €	Samstag	Tief	22,0	63,6	0,0	14,3	0,0	99,9	0,1	0,0	108	108									
mach mal Pause	wöchentlich	210x280	1,49 €	Mittwoch	Tief	25,0	73,9	0,0	0,7	0,0	99,7	0,3	0,0	45	45									
Mini	wöchentlich	210x280	1,19 €	Mittwoch	Tief	4,0	95,9	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	36	36									
das neue	wöchentlich	210x280	2,20 €	Samstag	Tief	8,8	83,4	0,0	0,2	0,0	92,4	7,6	0,0	66	61									
DAS NEUE BLATT	wöchentlich	210x280	2,20 €	Mittwoch	Tief	8,5	86,8	0,0	4,5	0,0	99,9	0,1	0,0	207	207									
DIE NEUE FRAU	wöchentlich	207x287	1,29 €	Mittwoch	Tief	2,6	95,8	0,8	0,1	0,0	99,3	0,7	1,4	79	79									
Neue Post	wöchentlich	210x280	2,20 €	Mittwoch	Tief	10,4	83,6	0,0	5,8	0,0	99,8	0,2	0,0	258	257									
NEUE WELT	wöchentlich	212x280	2,20 €	Mittwoch	Tief	15,0	69,7	0,0	14,6	0,0	99,3	0,7	0,0	81	80									
neue Woche	wöchentlich	215x280	1,49 €	Freitag	Tief	3,4	95,7	0,0	0,7	0,0	99,8	0,2	0,0	109	109									
Schöne WOCHE	wöchentlich	210x280	0,99 €	Mittwoch	Tief	0,3	99,7	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	113	113									
Viel Spaß	wöchentlich	207x267	0,99 €	Mittwoch	Tief	1,4	98,5	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	121	121									
WOCHE DER FRAU	wöchentlich	207x287	1,29 €	Mittwoch	Tief	3,0	95,5	0,7	0,0	0,0	99,2	0,8	1,4	62	62									
7 TAGE	wöchentlich	207x267	2,20 €	Samstag	Tief	26,2	72,3	0,0	0,4	0,0	98,9	1,1	0,0	30	30									
Alles für die Frau	wöchentlich	222x280	1,29 €	Freitag	Tief	2,9	95,6	0,8	0,6	0,0	99,9	0,1	0,0	81	80									
BILD der FRAU	wöchentlich	225x309	1,70 €	Freitag	Offset/Tief	17,8	73,7	1,0	7,4	0,0	99,9	0,1	3,6	400	400									
Frau im Trend	wöchentlich	210x286	1,29 €	Freitag	Tief	2,1	90,4	1,3	6,0	0,0	99,8	0,2	0,0	120	120									
tina plus ⁴⁾	wöchentlich	-	-	-	-	19,2	67,7	5,1	4,9	0,0	96,8	3,2	4,6	277	268									
FRAU von HEUTE	wöchentlich	221x284	1,29 €	Freitag	Tief	1,2	98,5	0,2	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	55	55									
Laura	wöchentlich	210 x280	1,59 €	Mittwoch	Offset/Tief	6,5	81,9	2,8	3,9	0,0	95,1	4,9	7,8	69	65									
Lea	wöchentlich	210x280	1,69 €	Mittwoch	Tief	4,4	90,4	1,6	0,8	0,0	97,3	2,7	2,8	70	68									
Lisa	wöchentlich	215x280	1,59 €	Mittwoch	Tief	19,0	65,6	0,3	14,9	0,0	99,8	0,2	13,3	118	118									
Brigitte	14-täglich	210x268	3,90 €	Mittwoch	Tief/Offset	49,8	24,6	9,1	13,3	1,1	97,9	2,1	9,9	234	229									
freundin	14-täglich	215x267	3,70 €	Mittwoch	Tief/Offset	51,9	21,3	1,1	24,5	0,3	99,1	0,9	16,4	178	177									
FÜR SIE	14-täglich	215x268	3,90 €	Mittwoch	Offset	48,5	18,7	2,7	27,8	0,0	97,7	2,3	21,5	158										

Vorstellung der Zeitschriften							Inlandsauflage Durchschnitt VI. Quartal 2022 - III. Quartal 2023 nach Verlagsangaben und IVW-Auflagenstatistik												
Format, Einzelpreis, Erscheinungstag, Druckart, Auflagenstruktur	Erscheinungsweise	Format geschlossen (mm)	Einzelpreis pro Heft (Euro)	Erscheinungstag	Druckart	Auflagenstruktur in %										Auflage in 1000		Hochrechnung in Mio. (LpA)	Leser pro Exemplar (LpE)
						1.d Einzelverkauf gel. abz. Remitt.	sonst. Verkauf	Leser/Heft	Bordexemplare	verk. Auflage	Freistücke Werbeexemplare	Anteil ePaper an verbr. Auflage	verbreitete Auflage (= 100%)	verkaufte Auflage					
																ABO	EV		
Stand: 1.12.2023						ABO	EV	sonst.V.	LZ	Bordex.	verk.	frei	ePaper	verbr.	verk.				
Playboy	monatlich	213x275	11,90 €	Donnerstag	Offset/Tief	34,6	22,1	10,5	9,5	0,0	76,8	23,2	43,7	120	92				
ADAC motorwelt	vierteljährlich	215x280		Donnerstag	Bogen- oder Rollenoffset	11,9	0,0	0,0	0,0	0,0	11,9	90,8	11,9	2.902	344				
AUTO BILD	wöchentlich	210x280	3,00 €	Donnerstag	Tiefdruck	36,2	37,1	5,2	13,9	0,2	92,7	7,3	12,4	184	171				
AUTO MOTOR UND SPORT	14-tägig	215x280	4,90 €	Donnerstag	Rollentiefdruck	43,4	7,3	13,6	20,3	14,5	99,1	0,9	14,9	305	303				
AUTO ZEITUNG	14-tägig	210x280	3,50 €	Mittwoch	Offset/Tief	34,4	18,8	5,4	30,5	0,6	89,7	10,3	25,9	95	85				
AUTO STRASSENVERKEHR	14-tägig	210x297	2,50 €	Donnerstag	Rollenoffset	28,4	33,1	13,1	24,9	0,1	99,6	0,4	13,9	84	83				
ACE LENKRAD ¹⁴⁾	6x jährlich	210x265	2,00 €	1. d. Mo.	Offset	99,7	0,0	0,0	0,0	0,0	99,7	0,3	8,2	581	579				
AUTO BILD SPORTSCARS	monatlich	210x280	5,50 €	Donnerstag	Rollenoffset	17,3	53,3	4,7	3,1	0,6	79,0	21,0	27,2	23	18				
SPORT AUTO	monatlich	230x300	6,50 €	Freitag	Rollenoffset	60,3	30,9	4,5	2,0	0,6	98,3	1,7	7,6	28	27				
MOTORRAD	14-tägig	215x280	4,90 €	Freitag	Rollenoffset	50,6	24,5	19,8	3,3	0,3	98,5	1,5	22,1	72	71				
kicker-sportmagazin (Montagsausgabe) ¹⁵⁾	wöchentlich	240x315	3,40 €	Montag	Tief/Offset	53,9	37,4	6,4	0,0	0,1	97,9	2,1	12,6	69	67				
SPORT BILD	wöchentlich	210x280	2,80 €	Mittwoch	Rollenoffset	32,7	39,3	7,4	16,8	0,2	96,4	3,6	11,5	155	149				
11 Freunde	monatlich	210x280	6,50 €	Donnerstag	Offset	54,3	26,0	14,1	2,0	1,4	97,8	2,2	19,8	62	61				
Art	monatlich	213x280	16,00 €	Freitag	Offset	75,7	13,6	3,9	4,9	0,0	98,1	1,9	5,0	23	23				
GEO	monatlich	213x270	9,80 €	Freitag	Offset	68,1	5,8	5,5	14,5	3,4	97,3	2,7	10,1	127	124				
NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	monatlich	175x254	6,90 €	Freitag	Offset	54,2	6,1	22,0	13,6	3,7	99,7	0,3	29,6	85	85				
Welt der Wunder	monatlich	210x280	4,50 €	Freitag	Offset/Tief	43,0	38,8	3,8	3,5	0,0	89,2	10,8	16,4	88	79				
COMPUTER BILD 16)	14-tägig	210x280	6,20 €	Freitag	Tiefdruck	48,8	21,6	10,0	3,8	0,2	84,4	15,6	27,1	111	94				
CHIP	monatlich	215x280	7,95 €	Freitag	Rotationstief	50,9	11,9	9,4	8,4	17,4	98,1	1,9	16,7	66	65				
CHIP FOTO-VIDEO	monatlich	215x280	6,95 €	Mittwoch	Offset	47,1	17,4	15,9	8,9	4,5	93,8	6,2	28,7	17	16				
ÖKO-TEST	monatlich	210x280	6,90 €	Samstag	Rollenoffset	46,5	8,6	4,2	40,4	0,0	99,7	0,3	11,3	118	118				
FOCUS-MONEY	wöchentlich	210x267	4,90 €	Mittwoch	Tief	70,7	7,6	15,7	4,4	0,6	99,0	1,0	58,6	91	90				
Wirtschaftswoche	wöchentlich	210x280	7,50 €	Freitag		58,2	3,3	10,0	2,0	4,1	77,7	22,3	57,9	122	94				
Capital	monatlich	200x265	9,90 €	Donnerstag	Offset	40,0	3,4	39,8	5,8	9,9	98,9	1,1	43,2	113	112				
Guter Rat	monatlich	213x289	3,80 €	Donnerstag	Tief	56,3	28,8	0,2	13,7	0,0	99,0	1,0	0,0	82	81				
manager magazin	monatlich	200x264	9,90 €	Freitag	Offset	68,5	11,2	8,7	2,8	7,0	98,2	1,8	33,8	84	82				
Vdk-Zeitung	monatlich	310x460		Freitag	Rollenoffsetdruck	99,9	0,0	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	1.803	1.801				

Vorstellung der Zeitschriften: Fast Coverage Titel						Inlandsauflage Durchschnitt IV. Quartal 2022 - III. Quartal 2023 nach Verlagsangaben und IVW-Auflagenstatistik												
Format, Einzelpreis, Erscheinungstag, Druckart, Auflagenstruktur	Erscheinungsweise	Format geschlossen (mm)	Einzelpreis pro Heft (Euro)	Erscheinungstag	Druckart	Auflagenstruktur in %								Auflage in 1000		Hochrechnung in Mio. (LpA)	Leser pro Exemplar (LpE)	
						1.d Einzelverkauf abz. Remitt.	sonst. Verkauf	Leserzirkel	Bordexemplare	verk. Auflage	Freistücke Werbeexemplare	Anteil ePaper an verbr. Auflage	verbreitete Auflage (= 100%)	verkaufte Auflage				
Stand: 1.12.2023						ABO	EV	sonst. V.	LZ	Bordex.	verk.	frei	ePaper	verbr.	verk.			
Glamour		vierteljährlich	168x223	3.80 €	Samstag	Offset	9,6	89,0	0,2	0,6	0,0	99,4	0,6	22,8	90	90		
Land Apotheke		4 x Jahr	225x285	5.50 €	Mittwoch	Rollenoffset	46,6	52,1	0,0	0,0	0,0	98,8	1,2	0,0	48	47		
Good Health		monatlich	210x280	4.90 €	Mittwoch		12,7	38,9	6,3	33,4	0,0	91,4	8,6	17,2	61	55		
slowly veggie!		2monatlich	213x275	4.95 €	Mittwoch	Offset	8,3	90,5	0,2	0,1	0,0	99,0	1,0	0,0	70	69		
Vital		2monatlich	200x264	4.20 €	Dienstag	Offset	25,3	27,0	3,0	41,3	0,0	96,6	3,4	13,9	85	82		
AutoZEITUNG classic cars		monatlich	210x280	5.20 €	Mittwoch	Offset	16,2	62,4	6,7	0,0	0,1	85,3	14,7	26,8	34	29		
Bravo Sport		monatlich	210x280	3.50 €	Donnerstag		29,0	66,9	0,1	3,5	0,0	99,5	0,5	0,0	36	35		
Harvard Business Manager		monatlich	212x280	14.50 €	Dienstag	Tief/Offset	73,8	9,4	11,3	0,0	0,0	94,4	5,6	52,9	19	18		
TV 4Wochen		monatlich	182x247	1.20 €	Freitag		0,3	99,6	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	144	144		
Grazia		14-tägig	225x290	4.30 €	Donnerstag	Tief/Offset	46,0	26,6	3,1	20,2	0,0	95,9	4,1	11,0	52	49		
IN		14-tägig	210x280	2.90 €	Mittwoch	Tief	33,1	40,7	3,6	17,4	0,0	94,8	5,2	7,7	39	37		
mein tv & ich		14-tägig	225x297	1.40 €	Donnerstag	Tief	6,8	93,1	0,0	0,0	0,0	99,9	0,1	0,0	125	125		
WOCHE HEUTE		wöchentlich	225x285	1.20 €	Mittwoch		0,4	97,4	0,0	0,0	0,0	97,7	2,3	0,0	100	98		

Anhang 5 – Veränderungen zur vorhergehenden ma

Änderungen im Einzelverkauf

	von	auf	
11 Freunde	5,50 €	6,50 €	
alles für die frau	1,19 €	1,29 €	
Bild der Frau Schlank & fit	2,20 €	2,50 €	
Brigitte	3,80 €	3,90 €	
bunte	4,20 €	4,40 €	
Capital	9,50 €	9,90 €	
COUCH	2,90 €	3,50 €	
DIE ZEIT	6,20 €	6,40 €	
DONNA	4,70 €	4,90 €	
Freizeit Spass	1,09 €	1,20 €	
GEO	9,50 €	9,80 €	
Guter Rat	3,50 €	3,80 €	
Mein schöner Garten	4,50 €	4,90 €	
meine Familie & ich	3,50 €	3,90 €	
NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	6,50 €	6,90 €	
ÖKO-TEST	6,50 €	6,90 €	ab 2024
SCHÖNER WOHNEN	6,30 €	6,50 €	
stern	5,50 €	5,80 €	
Welt der Wunder	4,30 €	4,50 €	
WirtschaftsWoche	7,20 €	7,50 €	
Wohnen & Garten	4,80 €	5,80 €	

Änderung des Erscheinungstags

	von	auf
BRAVO	Mittwoch	Dienstag
COSMOPOLITAN	Mittwoch	Dienstag
COUCH	Freitag	Dienstag
DONNA	Mittwoch	Dienstag
happinez	Donnerstag	Dienstag
kochen & genießen	Mittwoch	Freitag
LECKER	Mittwoch	Freitag
Mein Lieblingsrezept	Mittwoch	Freitag
Men's Health	Mittwoch	Donnerstag
myself	Mittwoch	Dienstag
ÖKO-TEST	Donnerstag	Samstag
REZEPTE pur	Mittwoch	Freitag
tina Koch&Back-Ideen	Mittwoch	Freitag
tv pur	Mittwoch	Donnerstag
WOHNIDEE	Mittwoch	Freitag
Women's Health	Mittwoch	Dienstag

Änderung der Druckart

	von	auf
Hörzu	Tief	Offset/Tief

Änderung des Formats

	von	auf
alles für die frau	225 x 285	222 x 280
avanti	213 x 290	210 x 280
COSMOPOLITAN	210 x 280	202 x 270
die neue frau	207 x 267	207 x 287
DONNA	213 x 277	215 x 267
Frau im Trend	223 x 287	210 x 286
lisa	223 x 310	215 x 280
woche der frau	207 x 267	207 x 287

Erläuterungen zu „Vorstellungen der Zeitschriften“

- 1) Kombi aus "WELT AM SONNTAG" und "WELT AM SONNTAG kompakt"
- 2) Kombi aus "TV SPIELFILM" und "TV TODAY"
- 3) Kombi aus "Freizeit Spass" und "Freizeit Revue"
- 4) Kombi aus "tina" und "bella"
- 5) Die Zeitschrift "COSMOPOLITAN" gibt es im Pocketformat und im Maxiformat
- 6) Die Zeitschrift "JOLIE" erscheint ab 2024 zweimonatlich und wurde in den Erhebungswellen der ma 2024 I als monatlicher Titel erhoben.
- 7) Die Zeitschrift "Petra" erscheint ab 2024 zweimonatlich und wurde in den Erhebungswellen der ma 2024 I als monatlicher Titel erhoben.
- 8) Die Zeitschrift "VOGUE" erscheint ab 2021 9 x jährlich.
- 9) Die Zeitschrift "Women's Health" erscheint 10mal im Jahr und auch im Pocketformat .
- 10) Die Zeitschrift "Das Haus" wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt; der Titel erscheint 10mal im Jahr.
- 11) Die Zeitschrift "Mein schöner Garten" erscheint in Teilaufgabe in Tiefdruck mit dem Format 213x275.
- 12) Die Zeitschrift "meine Familie & ich" wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt; der Titel erscheint 13mal im Jahr.
- 13) Die Zeitschrift „MEN'S HEALTH“ wurde als monatlich erscheinender Titel abgefragt; der Titel erscheint 10mal im Jahr.
- 14) Die Zeitschrift "ACE Lenkrad" wurde im als monatlich erscheinender Titel abgefragt; der Titel erscheint ab Januar 2012 zweimonatlich.,
- 15) Bei der Zeitschrift "kicker-sportmagazin" ist der vordere Heftteil 240x315 mm und der hintere Heftteil 230x315 mm groß.
- 16) Die Zeitschrift "COMPUTER BILD" gibt es ohne DVD und für mit DVD.
- 17) Auflagenzahlen für GQ auf Basis Q4/22 und Q1/23

Anhang 6 – Tarifkombinationen

311	11	AS-AUTO+SPORT Kombi	104	322	22	BURDA SUPER FREIZEIT PLUS	123
		AUTO BILD	149			FreizeitRevue Plus	127
		SPORT BILD				GLÜCKS REVUE	151
312	12	AS-AUTO+SPORT+COMPUTER Kombi	104	323	23	BURDA WEEKLY POWER	123
		AUTO BILD	149			FreizeitRevue Plus	151
		SPORT BILD	89			GLÜCKS REVUE	127
313	13	BASIS PROGRAMM				BURDA WEEKLY POWER	120
		tv Hören und Sehen	154			FreizeitRevue Plus	110
		Fernsehwoche	114			GLÜCKS REVUE	137
		auf einen Blick	103			Frau im Trend	145
		TV klar	155			BUNTE	
314	14	BAUER BEST AGE Kombi		324	24	CC FREIZEIT	141
		Neue Post	143			DAS NEUE BLATT	143
		DAS NEUE BLATT	141			Neue Post	140
		das neue	140			das neue	124
		mach mal Pause	138			FREIZEITWOCHE	
		FREIZEITWOCHE	124				
		Mini	139				
315	15	BAUER FOOD KOMBINATION		325	25	CHIP Digital Imaging Kombi	28
		kochen & genießen	47			CHIP	29
		tina Koch&Back-Ideen	73			CHIP FOTO-VIDEO	
		REZEPTE pur	68			Consumer Combination	141
		LECKER	48			DAS NEUE BLATT	143
						Neue Post	
316	16	BAUER MÄNNER KOMBI		328	28	Flower Power-Kombination I	
		AUTO ZEITUNG	86			Mein schöner Garten	59
		selbst ist der Mann	70			Lisa Blumen & Pflanzen	50
		Welt der Wunder	79				
317	17	BAUER MILLIONEN SUPERKOMBI		329	29	Flower Power-Kombination II	
		Neue Post	143			Mein schöner Garten	59
		DAS NEUE BLATT	141			Gartenspaß	39
		das neue	140			Lisa Blumen & Pflanzen	50
		mach mal Pause	138				
		FREIZEITWOCHE	124				
		Mini	139				
		Avanti	105				
		Schöne WOCHE	147				
		tv Hören und Sehen	154				
318	18	BURDA ENTERTAINMENT KOMBI		332	32	Frauen Premium Kombi	
		FreizeitRevue Plus	123			7 TAGE	163
		GLÜCKS REVUE	127			DIE NEUE FRAU	142
		neue Woche	145			Frau mit Herz	121
						Viel Spaß	157
						WOCHE DER FRAU	160
319	19	Burda Klambt WEEKLY POWER		333	33	Frauen Premium Kombi Plus	
		SUPERillu	151			7 TAGE	163
		BUNTE	110			DIE NEUE FRAU	142
		Lisa	137			Frau mit Herz	121
		Frau im Trend	120			Lea	136
		FreizeitRevue Plus	123			Viel Spaß	157
		GLÜCKS REVUE	127			WOCHE DER FRAU	160
		neue Woche	145				
		Viel Spaß	157				
		7 TAGE	163				
		Frau mit Herz	121				
		DIE NEUE FRAU	142				
		WOCHE DER FRAU	160				
		Lea	136				
		FUNK UHR	125				
		BILDWOCHE	109				
		Super TV	152				
		die 2	162				
		TV neu!	156				
		320	20			BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND	
FreizeitRevue Plus	123			TV DIGITAL	95		
SUPERillu	151			TVdirekt	96		
GLÜCKS REVUE	127						
Frau im Trend	120						
neue Woche	145						
321	21	BURDA SUPER ENTERTAINMENT WOMEN		337	37	FUNKE FRAUEN KOMBI SERVICE	
		FreizeitRevue Plus	123			BILD der FRAU	108
		GLÜCKS REVUE	127			TV für mich	97
		SUPERillu	151				
		Frau im Trend	120				
		Lisa	137				
		neue Woche	145				
322	22			334	34	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY	
						BILD der FRAU	108
						die aktuelle	101
						FRAU IM SPIEGEL	119
						FRAU von HEUTE	122
323	23			335	35	FUNKE FRAUEN KOMBI WEEKLY PLUS	
						BILD der FRAU	108
						die aktuelle	101
						FRAU IM SPIEGEL	119
						FRAU von HEUTE	122

338	38	FUNKE MILLIONEN KOMBI		349	49	KLAMBT SUPER MEGA KOMBI ++	
		die aktuelle	101			7 TAGE	163
		BILD der FRAU	108			BILDWOCHE	109
		HÖRZU	131			DIE NEUE FRAU	142
		BILD+FUNK	106			Frau mit Herz	121
		DAS GOLDENE BLATT	128			FUNK UHR	125
		ECHO DER FRAU	113			Lea	136
		frau aktuell	118			Super TV	152
		FRAU IM SPIEGEL	119			TV neu!	156
		FRAU von HEUTE	122			Viel Spaß	157
		Gong	129			WOCHE DER FRAU	160
		NEUE WELT	144			die 2	162
339	39	FUNKE MILLIONEN KOMBI plus		350	50	Klambt Super Mega Kombi Neu	
		die aktuelle	101			7 TAGE	163
		BILD der FRAU	108			BILDWOCHE	109
		HÖRZU	131			DIE NEUE FRAU	142
		BILD+FUNK	106			Frau mit Herz	121
		DAS GOLDENE BLATT	128			FUNK UHR	125
		ECHO DER FRAU	113			Lea	136
		frau aktuell	118			Super TV	152
		FRAU IM SPIEGEL	119			Viel Spaß	157
		FRAU von HEUTE	122			WOCHE DER FRAU	160
		Gong	129			die 2	162
		NEUE WELT	144	351	51	Klassik Frauen 2	
		TV für mich	97			Frau mit Herz	121
340	40	FUNKE MILLIONEN KOMBI XXL				7 TAGE	163
		die aktuelle	101	352	52	LISA TREND KOMBI	
		BILD der FRAU	108			Lisa	137
		HÖRZU	131			Frau im Trend	120
		BILD+FUNK	106	353	53	Marktführer-Kombi BurdaHome	
		DAS GOLDENE BLATT	128			Mein schöner Garten	59
		ECHO DER FRAU	113			meine Familie & ich	60
		frau aktuell	118	354	54	Media Impact TZ XXL	
		FRAU IM SPIEGEL	119			BILD DEUTSCHLAND GESAMT	451
		FRAU von HEUTE	122			B.Z.	452
		Gong	129			BILD am SONNTAG	107
		NEUE WELT	144			DIE WELT	469
		TV für mich	97			WELT AM SONNTAG	158
		TVdirekt	96	355	55	REPUBLIC weekend (F.A.Z. + F.A.S. + SZ)	
341	41	FUNKE PEOPLE POWER				Frankfurter Allgemeine Zeitung	464
		die aktuelle	101			Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	117
		FRAU IM SPIEGEL	119			Süddeutsche Zeitung	467
342	42	FUNKE WASO-FRAUEN-VIER		356	56	tina bella Laura Alles für die Frau Kombination	
		ECHO DER FRAU	113			tina plus	153
		frau aktuell	118			Laura	135
		DAS GOLDENE BLATT	128			Alles für die Frau	102
		NEUE WELT	144	357	57	tina bella Laura Kombination	
343	43	FUNKE WOMEN'S BEST KOMBI				tina plus	153
		die aktuelle	101			Laura	135
		ECHO DER FRAU	113	358	58	TV Movie tv14 KOMBI	
		frau aktuell	118			TV Movie	98
		FRAU IM SPIEGEL	119			tv14	94
		FRAU von HEUTE	122	359	59	WELT Print Gesamt	
		NEUE WELT	144			DIE WELT	469
		DAS GOLDENE BLATT	128			WELT AM SONNTAG	158
344	44	Gong plus					
		Gong	129				
		BILD+FUNK	106				
345	45	Intouch / Closer-Kombination					
		InTouch	133				
		Closer	112				
346	46	Klambt Mega Kombi					
		7 TAGE	163				
		DIE NEUE FRAU	142				
		Frau mit Herz	121				
		Lea	136				
		Viel Spaß	157				
		WOCHE DER FRAU	160				
		die 2	162				
347	47	Klambt Programm Weekly Neu					
		FUNK UHR	125				
		BILDWOCHE	109				
		Super TV	152				
		die 2	162				
348	48	Klambt Programm Weekly++					
		FUNK UHR	125				
		BILDWOCHE	109				
		Super TV	152				
		TV neu!	156				
		die 2	162				

Anhang 7 – Merkmale zur Personen- und Haushaltsgewichtung

Redressement Pressemedien 2024 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	Geschlecht des Befragten	1331
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
4. Matrix	1	3	3	Alter des Befragten (3)	1332
5. Matrix	2	9	3	Alter des Befragten (3)	1332
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
6. Matrix	1	8	8	Alter des Befragten (8)	1333
7. Matrix	2	24	8	Alter des Befragten (8)	1333
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
8. Matrix	1	15	15	Alter des Befragten (15)	1334
9. Matrix	2	45	15	Alter des Befragten (15)	1334
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
10. Matrix	1	3	3	Bundesländergruppe	1311
11. Matrix	2	9	3	Bundesländergruppe	1311
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
12. Matrix	1	16	16	Bundesländer	1312
13. Matrix	2	48	16	Bundesländer	1312
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
14. Matrix	1	38	38	NUTS-2 *)	1313
15. Matrix	1	417	417	Kreise **)	1301
16. Matrix	1	418	418	Kreise **) in D + Restgruppe Ausländer	1301
17. Matrix	1	4	4	Personen im Haushalt insgesamt	1341
18. Matrix	2	12	4	Personen im Haushalt insgesamt	1341
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	andere Quelle
19. Matrix	1	2	2	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1343
20. Matrix	2	6	2	Kinder unter 14 Jahre im Haushalt	1343
			3	Nationalität Befragter (D, EU, R)	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 2024 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	834	2 417	Geschlecht des Befragten Kreise **)	1331 1301
36. Matrix	2	1251	3 417	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 2024 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		4534			
Aktive Zellen		4468			

interlogic, Juni 2023

*) NUTS-2-Regionen gem. amtlicher Kennziffer (Stand: Geb 12/2022, Bev 31.12.2021)

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

***) Wird aus dem Bericht 2023 ii OHNE CAWI-Fälle gewonnen.

****) Wird aus dem TZD 2023 gewonnen.

Hinweis:

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

Redressement Pressemedien 2024 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	417	417	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		1308	interlogic, Juni 2023		
Aktive Zellen		1206			

interlogic, Juni 2023

*) NUTS-2-Regionen gem. amtlicher Kennziffer (Stand: Geb 12/2022, Bev 31.12.2021)

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

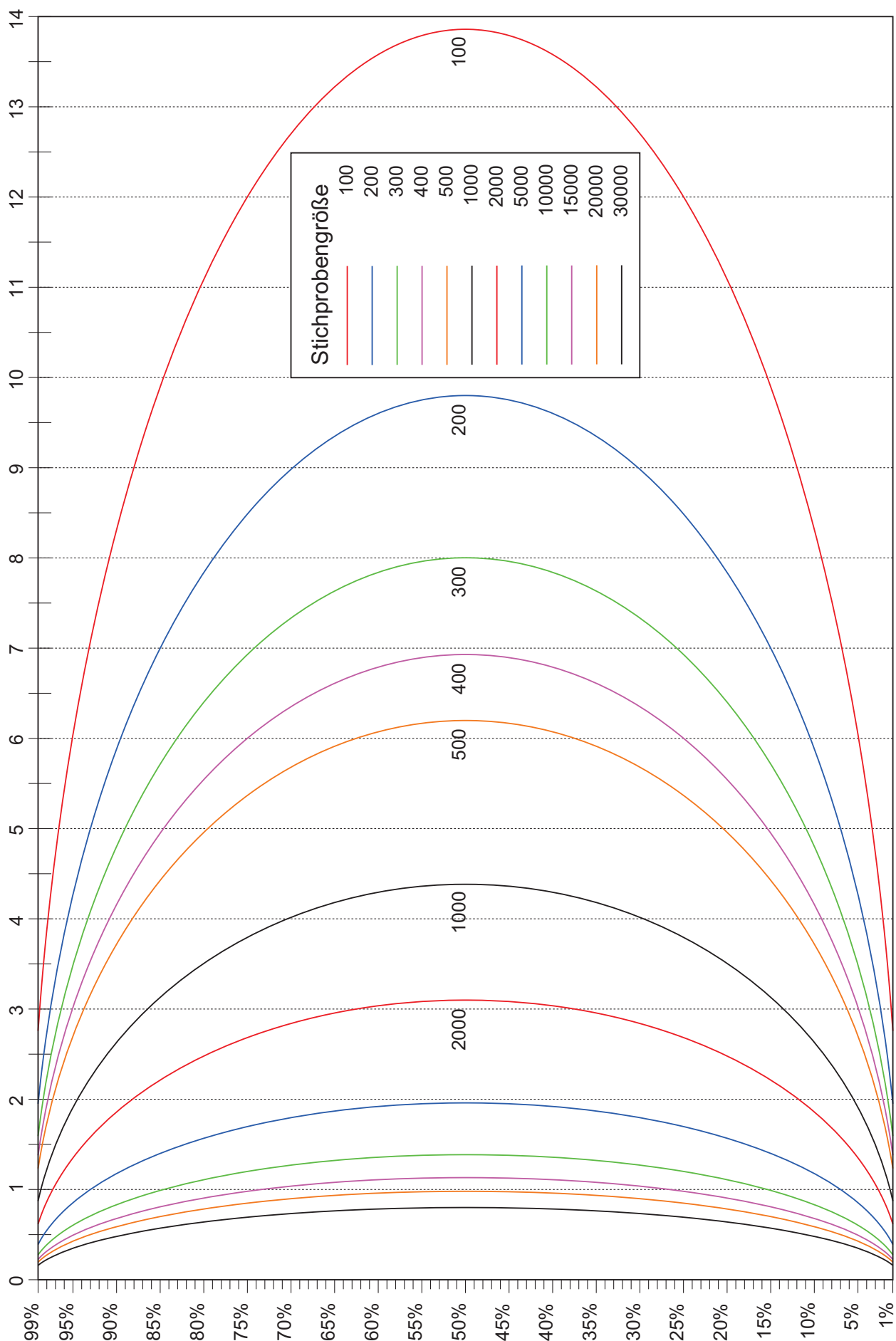
Hinweis:

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

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:

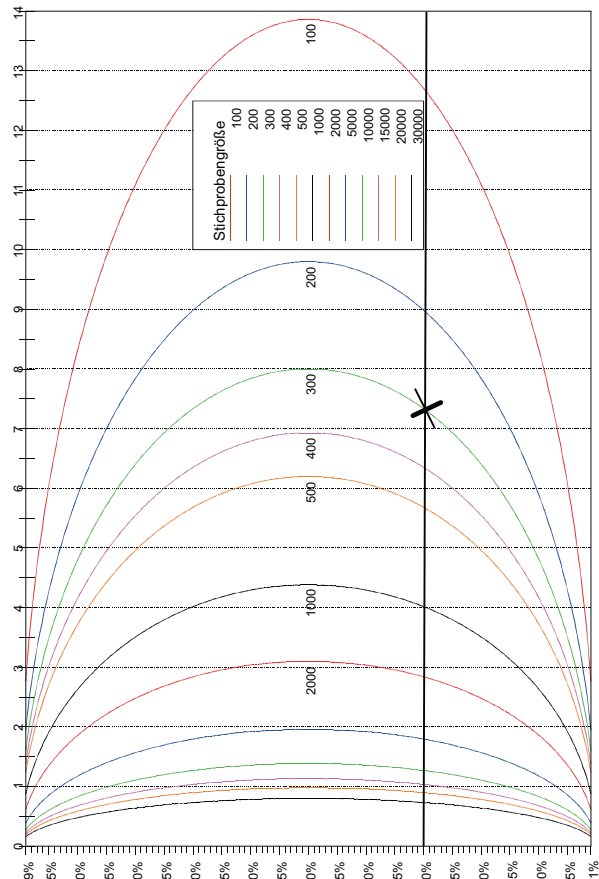
Für eine demografische Gruppe: 30% Männer, 20-29 Jahre alt.

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						Leseerschaft pro Ausgabe						Hochrechnung (Tsd.)		
	Hochrechnung (Tsd.)			Anteile %			Reichweite %			Zusammensetzung %					
	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)															
Selbstständige 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															

FAST COVERAGE

Detaillierte Studieninformationen und Teilnahmebedingungen

Ziel

Die Fast Coverage Studie ist ein neuer Baustein der agma-Reichweiterehebungen. Mit einem modifizierten methodischen Ansatz und einem innovativen Berechnungsmodell wird die Möglichkeit geschaffen, **Publikumszeitschriften mit kleineren Leserschaften** über eine gesonderte Erhebung in die ma Pressemedien zu integrieren, solange diese Titel die Ausweisungsvoraussetzungen für die reguläre ma Pressemedien noch nicht erfüllen. Dadurch können für kleinere Zeitschriften **schneller und einfacher Reichweiten** (auf Basis Onliner, 14-79 Jahre) im Rahmen der **ma Pressemedien** ausgewiesen werden. Somit wird eine insgesamt noch bessere Abbildung des Printmarktes erreicht, was dem ausdrücklichen Wunsch der werbungstreibenden Wirtschaft entspricht.

Hintergrund

Seit längerer Zeit besteht der Wunsch der Werbetreibenden nach einer möglichst umfassenden Ausweisung von Publikumszeitschriften in der ma Pressemedien. 2021 wurde Fast Coverage im Rahmen eines Sonderforschungsprojekts erprobt und erfolgreich in einer Frühjahrs-Befragung 2022 umgesetzt. Die Ergebnisse der Fast Coverage Befragung werden seit der Berichterstattung ma 2022 II im Datensatz der ma Pressemedien ausgewiesen. Nach den Analysen der Ergebnisstrukturen fällt das bisherige Fazit in den agma-Gremien sehr positiv aus. Die Designs der Erhebung und der Datenmodellierung werden auf Basis der Erfahrungen sowie in Absprache mit den Gattungsvertretern stetig weiterentwickelt.

Das Fast Coverage Modell

Der Grundgedanke des Modells ist, dass die Reichweiten der zusätzlichen und auf ausschließlich Online-Interviews beruhenden Befragung valide Ergebnisse ausweist, wenn die Daten mittels der Vorgaben aus der vollumfänglichen Erhebung der ma Pressemedien als zusätzliche Justierungsvorgabe verwendet werden.

Dafür wird ein Set von sogenannten Ankertiteln definiert, die als Ausrichtungspunkte herangezogen werden. Bei diesen Titeln handelt es sich um Zeitschriften mit größeren Leserschaften und i.d.R. vergleichsweise stabilen Ergebnissen. Zudem erfolgt die Auswahl der Ankertitel differenziert nach redaktionellen Gruppen, damit die noch-nicht-ma-Titeln inhaltlich ähnlichen Einheiten zugeordnet werden können.

Nach der Gewichtung soziodemografischer Merkmale werden die WLK- und LpN-Ergebnisse der neuen Titel mit Hilfe der Ankertitel kalibriert, so dass auch die aus der reinen Online-Studie erhobenen Reichweiten valide und reliabel berechnet werden können.

Technische Details

- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung, Onliner, 14-79 Jahre
- Erhebungsmethode: CAWI-Befragung (Online-Access-Panels), Quotenstichprobe
- Feldzeit Frühjahr: Mitte Februar bis Mitte April
- Feldzeit Herbst: Mitte August bis Mitte Oktober
- Voraussichtlich 2 Wellen pro Jahr mit jeweils 10.000 Interviews
- Reichweiterehebung von 60 Publikumszeitschriften (30 Nicht-ma Titel und 30 Ankertitel)
- Durchschnittliche Interviewdauer von etwa 10 Minuten
- Hinweis für die Titelauswahl: Für Titel mit einem sehr hohen Anteil an Lesern, die Offliner sind, ist von einer Unterschätzung der Reichweiten auszugehen. Wir stehen Ihnen dazu gerne für mehr Informationen zur Verfügung.
- Auswertung des Projekts:
 - o Justierung der Stichprobe mit Hilfe soziodemografischer Daten und der Reichweitenwerte der Ankertitel aus der vollumfassenden Erhebung der ma Pressemedien
 - o p-Wert-Berechnung
- Folgende Werte können ausgewiesen werden:
 - o Nutzung in den letzten 2-3 Jahren
 - o WLK
 - o LpN
 - o LpA
- Es ist eine separate Ergebnisausweisung bei den Zähltoolanbietern vorgesehen.

Ausweisung

Vor einer möglichen Ausweisung können die vorläufigen Ergebnisse der Titel gesichtet werden und es steht dem jeweiligen Verlag frei, die Ergebnisse von Fast Coverage im Rahmen der ma Pressemedien zu veröffentlichen oder darauf zu verzichten. Bitte beachten Sie, dass eine Veröffentlichung der Reichweiten die Mitgliedschaft in der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. erfordert.

Die Ausweisung erfolgt - mit methodischen Hinweisen zur abweichenden Grundgesamtheit und den methodischen Spezifikationen - separiert von den Reichweiten der vollumfänglichen Erhebung in den bekannten Zähltools.

Ein weiterer neuer Vorteil ist, dass eine Ausweisung bereits nach einer Welle und ab 176 Fällen im WLK vorgesehen ist.

Titel, die dauerhaft auf Basis von 2 Wellen die Grenze von 351 Fällen im WLK erreichen, werden in Abstimmung mit dem jeweiligen Verlag in die vollumfassende Erhebung überführt.

Teilnahmekriterien und Voraussetzungen

Die Teilnahme an diesem Projekt ist grundsätzlich für alle IVW gemeldeten Publikumszeitschriften offen, davon ausgenommen sind Mitglieder Magazine und reine Auslagetitel. Die Geschäftsstelle prüft zudem vorab und im Austausch mit Ihnen die Rahmenbedingungen des Titels für eine erfolgreiche Ausweisung auf Basis der Erkenntnisse aus der Vorstudie.

Pricing

Eine Aufnahme in die Erhebung von Fast Coverage ist zunächst kostenlos möglich. Wenn die Reichweitenergebnisse des Titels ausgewiesen werden können und sollen, entstehen anteilige Kosten. Die Kosten für zwei Berichterstattungen sind ähnlich der einer ma-Probeerhebung (7.500,00 € pro Jahr).

Was wir von Ihnen für die Anmeldung benötigen

Für die Aufnahme bei Fast Coverage benötigen wir folgende Informationen/Dateien zum Titel:

- Titellogo
- 4 - 6 aktuelle Titelbilder
- Erscheinungsweise des Titels
- Anzeigen-Preisliste

Anmeldung Fast Coverage Frühjahr 2024

Wir benötigen Ihre Anmeldung bis zum **17. Januar 2024** inkl. der oben genannten notwendigen Daten, um eine Aufnahme in Fast Coverage im Frühjahr 2024 technisch sicherstellen zu können. Die Anmeldung kann formlos per E-Mail an die unten genannten Ansprechpartner erfolgen. Wir prüfen dann die Aufnahmevoraussetzungen und geben Ihnen zeitnah Rückmeldung.

Bei Fragen und für mehr Informationen setzen Sie sich gerne mit uns in Verbindung.

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma)

Franklinstraße 52 · 60486 Frankfurt am Main

Stefan Bek, Studienleiter ma Pressemedien, Telefon: 069 15 68 05 26, E-Mail: bek@agma-mmc.de

Dr. Bernhard Wagner, Projektkoordination ma Pressemedien, Tel.: 069 15 68 05 34, E-Mail: Wagner@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52
60486 Frankfurt am Main

Telefon: 0 69.15 68 05-0

Fax: 0 69.15 68 05-40

E-Mail: agma@agma-mmc.de

www.agma-mmc.de