

Großstädte und Ballungsräume

UMM Stadtilustrierte – Prinz – Neon – Spiesser – Cinema – Men's Health

Die Basisdaten der Zeitschriften-Titel

| | |
|--|-----|
| Die Einzeltitel der UMM Stadtilustrierten | 1/2 |
| Die Gesamtleserzahlen der UMM Stadtilustrierten | 3 |
| Die Gesamtreichweiten und verbreiteten Auflagen | 4 |
| Die Leseranteile in Großstädten und Ballungsräumen | 5 |
| Die Leseranteile in werberelevanten Zielgruppen | 6 |

Die Reichweiten in Großstädten und Ballungsräumen

| | |
|--|---|
| Die jungen und gut ausgebildeten Zielgruppen | 7 |
| Die jungen und höher gebildeten Zielgruppen | 8 |
| Die jungen und kaufkräftigen Zielgruppen | 9 |

Die Reichweiten in Lifestyle-Zielgruppen

| | |
|---|----|
| Die jungen und technikaffinen Zielgruppen | 10 |
| Die jungen und trendigen Zielgruppen | 11 |
| Die jungen und sehr aktiven Zielgruppen | 12 |
| Die jungen und kulturinteressierten Zielgruppen | 13 |

Die Einzeltitel der UMM Ballungsraum-Kombi

I

Verbreitungsgebiete, Erscheinungsweise, Cypypreise, verkaufte bzw. verbreitete Auflagen



tip
Berlin
 erscheint 14-täglich
 Cypypreis 3,40 €
 verbr. Aufl. 37.342
 verk. Aufl. 36.195



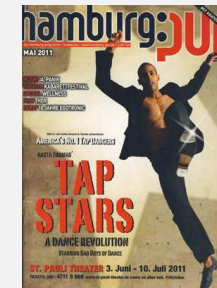
zitty
Berlin
 erscheint 14-täglich
 Cypypreis 3,50 €
 verbr. Aufl. 33.271
 verk. Aufl. 32.702



[030]
Berlin
 erscheint 14-täglich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 51.806



SZENE Hamburg
Hamburg
 erscheint monatlich
 Cypypreis 3,00 €
 verbr. Aufl. 13.357
 verk. Aufl. 12.969



hamburg:pur
Hamburg
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 42.602



in münchen
München
 erscheint 14-täglich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 84.267



Kölner Illustrierte
Köln
 erscheint monatlich
 Cypypreis 1,00 €
 verbr. Aufl. 18.302
 verk. Aufl. 18.034



Live!
Köln
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 43.493



journal Frankfurt
Frankfurt
 erscheint 14-täglich
 Cypypreis 1,80 €
 verbr. Aufl. 25.456
 verk. Aufl. 25.267



Frankfurt Pur
Frankfurt
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 30.335

Die Einzeltitel der UMM Ballungsraum-Kombi

II

Verbreitungsgebiete, Erscheinungsweise, Cypypreise, verkaufte bzw. verbreitete Auflagen



Lift
Stuttgart
 erscheint monatlich
 Cypypreis 2,20 €
 verbr. Aufl. 15.255
 verk. Aufl. 14.672



biograph
Düsseldorf
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 32.880



Bremer
Bremen
 erscheint monatlich
 Cypypreis 1,50 €
 verbr. Aufl. 15.086
 verk. Aufl. 14.646



Schädelspalter
Hannover
 erscheint monatlich
 Cypypreis 2,00 €
 verbr. Aufl. 6.906
 verk. Aufl. 4.752



kreuzer
Leipzig
 erscheint monatlich
 Cypypreis 2,50 €
 verbr. Aufl. 10.236
 verk. Aufl. 9.354



plärrer
Nürnberg
 erscheint monatlich
 Cypypreis 2,00 €
 verbr. Aufl. 6.430
 verk. Aufl. 5.512



Dresdner
Dresden
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 34.120



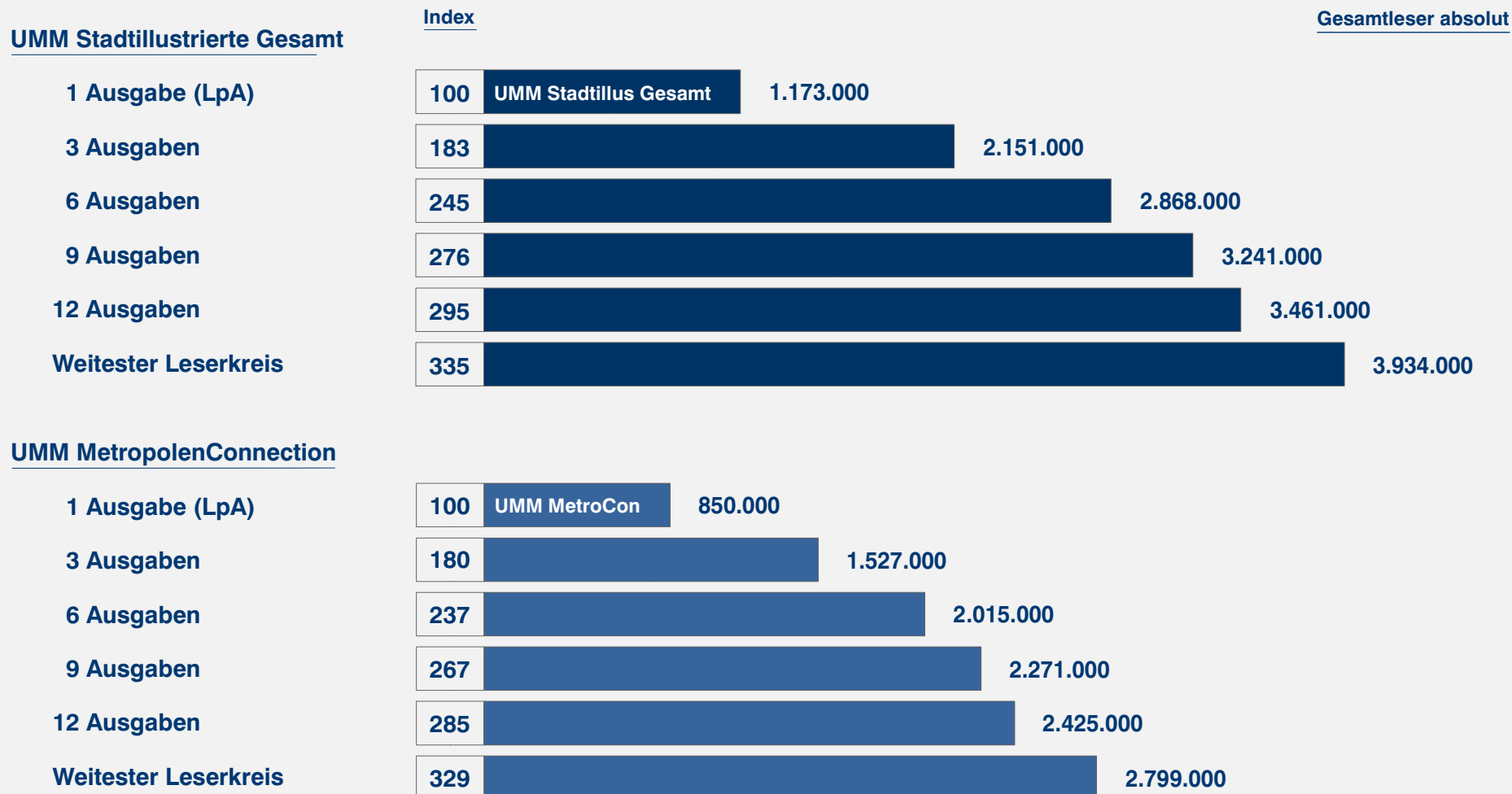
meier
Mannheim
 erscheint monatlich
 Cypypreis 2,50 €
 verbr. Aufl. 17.100
 verk. Aufl. 16.925



Trailer
Ruhr
 erscheint monatlich
 kostenlos
 verbr. Aufl. 34.888

Die Gesamtleserzahlen der UMM Stadtillustrierten

Reichweiten in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre bei 1, 3, 6, 9 und 12 Einschaltungen absolut



Die Gesamtreichweiten und verbreiteten Auflagen

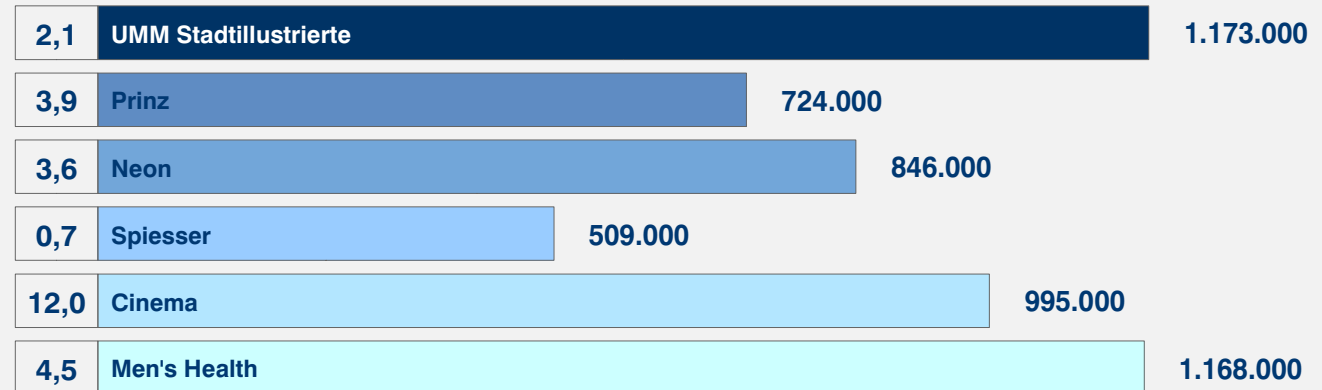
Reichweiten in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, Leser pro Exemplar und verbreitete Auflagen (IVW)

Leser pro Exemplar

Gesamtleser absolut

Leser pro Ausgabe (LpA)

Leser pro Exemplar (LpE)

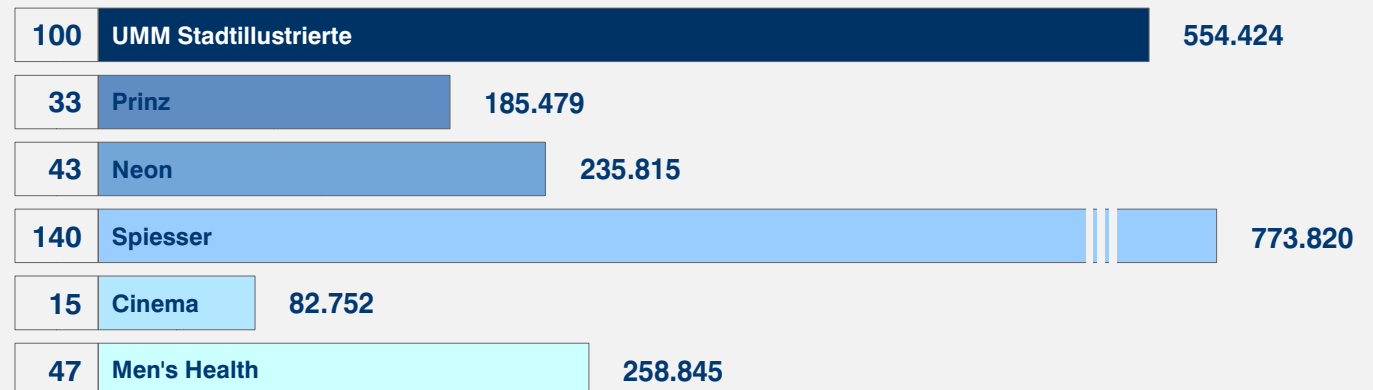


Index

verbr. Auflage

Verbreitete Auflage

1. Quartal 2011 (IVW)



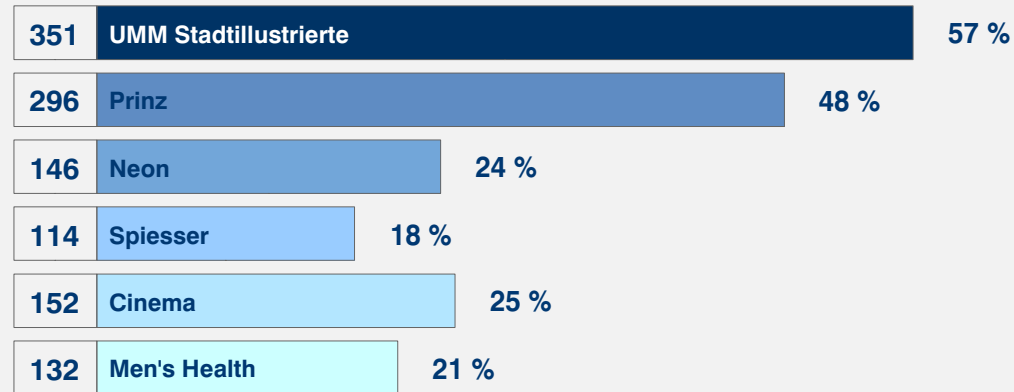
Die Leseranteile in Großstädten und Ballungsräumen

Gesamtleseranteile in den Großstädten über 500.000 Einwohner und in den Ballungsräumen (BIK)

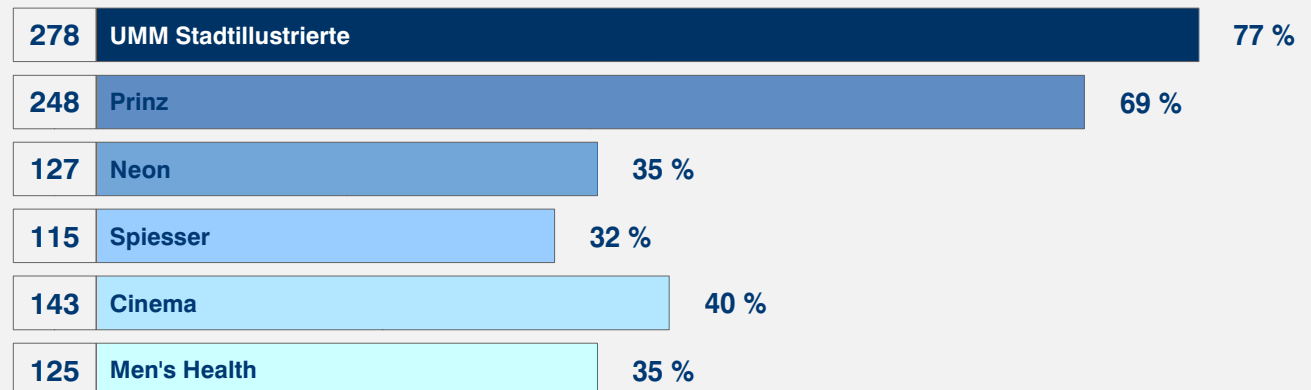
Affinität

Leseranteile in %

Großstädte / Metropolen
über 500.000 Einwohner (pol.)

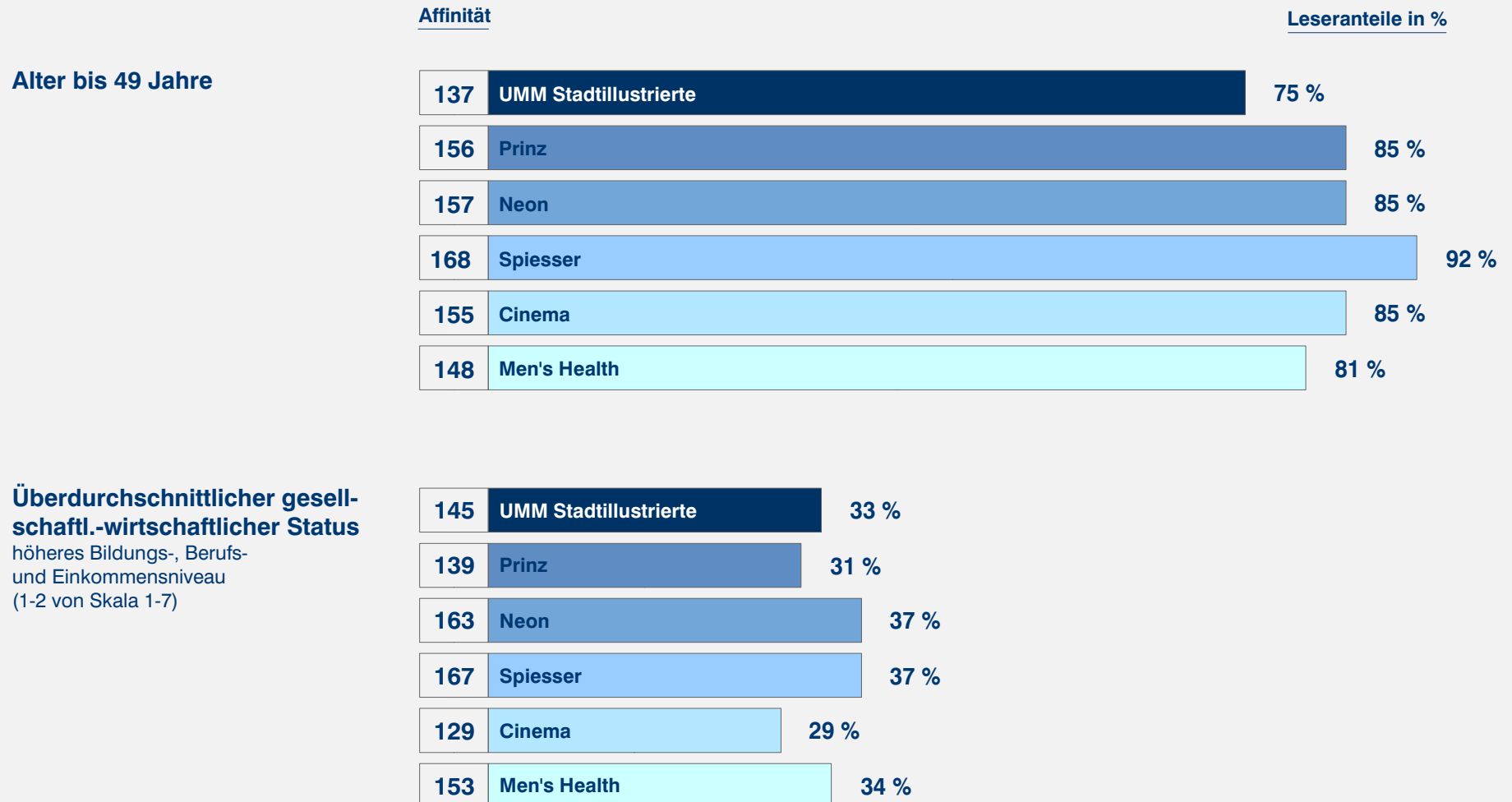


Ballungsräume (BIK)
Kernstädte mit Umland -
mind. 750.000 Einwohner



Die Leseranteile in werberelevanten Zielgruppen

Leseranteile in den Zielgruppen Alter bis 49 Jahre und überdurchschnittlicher gesellschaftl.-wirtschaftl. Status



Großstädte und Ballungsräume

Das Reichweitenniveau in den Altersgruppen bis 49 Jahre

mit mindestens mittlerer Schulbildung

7

mit Abitur, Hochschulreife bzw. Studium

8

mit mindestens mittlerer Schulbildung
und Haushaltsnettoeinkommen 2.000 € und mehr

9

Großstädte über 500.000 Einwohner und Ballungsräume (BIK)

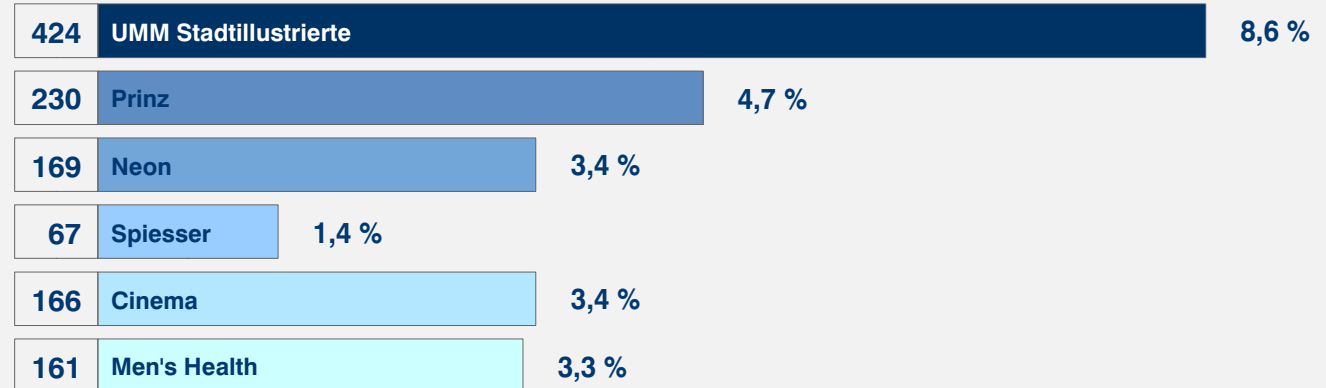
Die jungen und gut ausgebildeten Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre mit mindestens mittlerer Schulbildung in Großstädten / Ballungsräumen (Reichweiten)

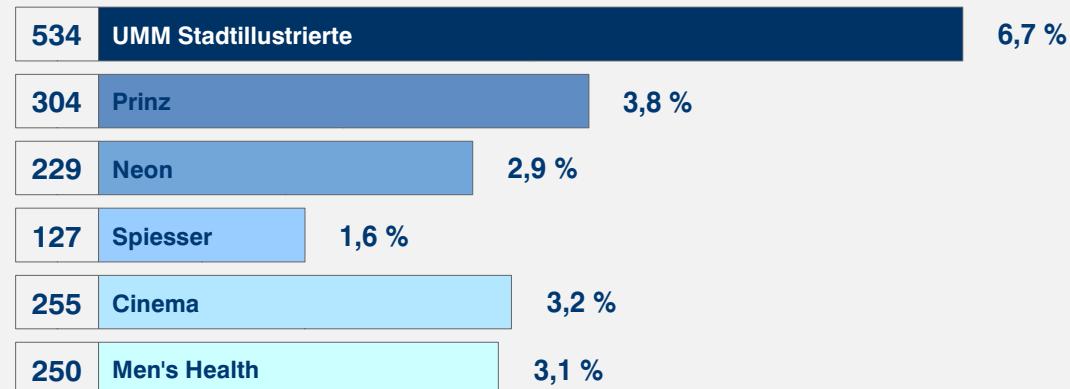
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



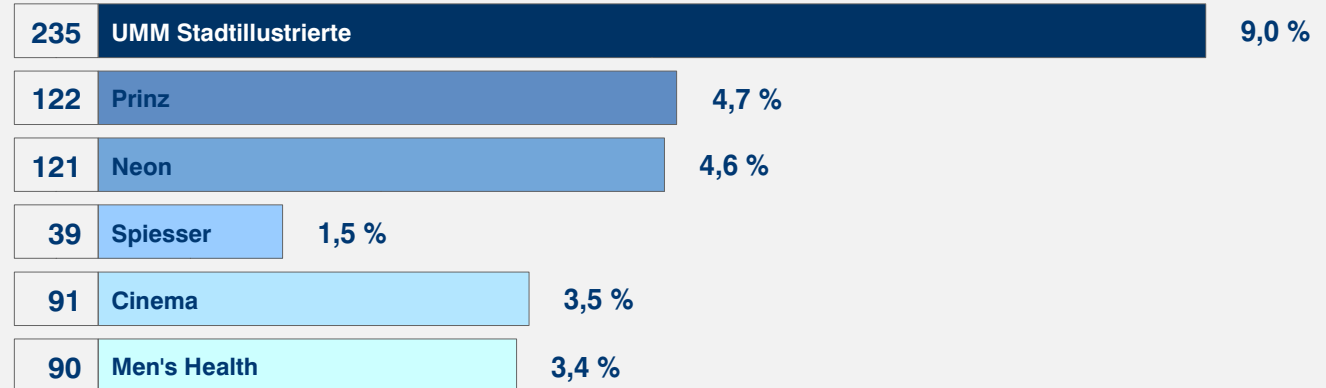
Die jungen und höher gebildeten Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre mit Abitur, Hochschulreife, Studium in Großstädten / Ballungsräumen (Reichweiten)

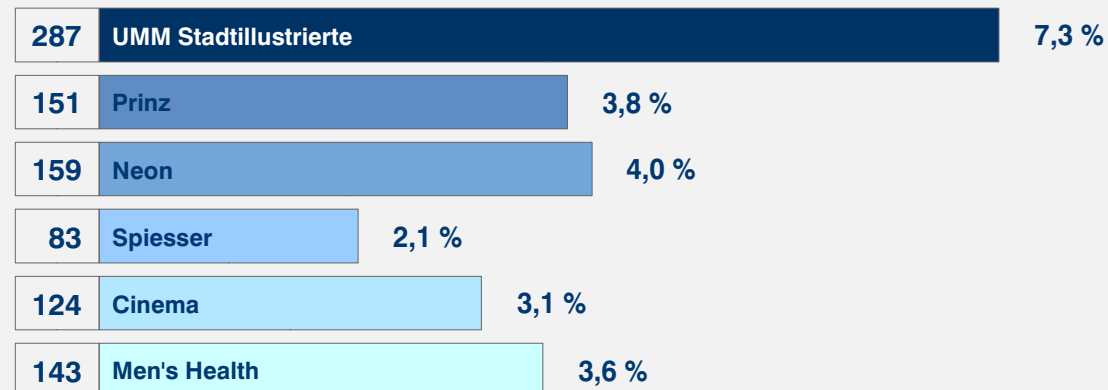
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



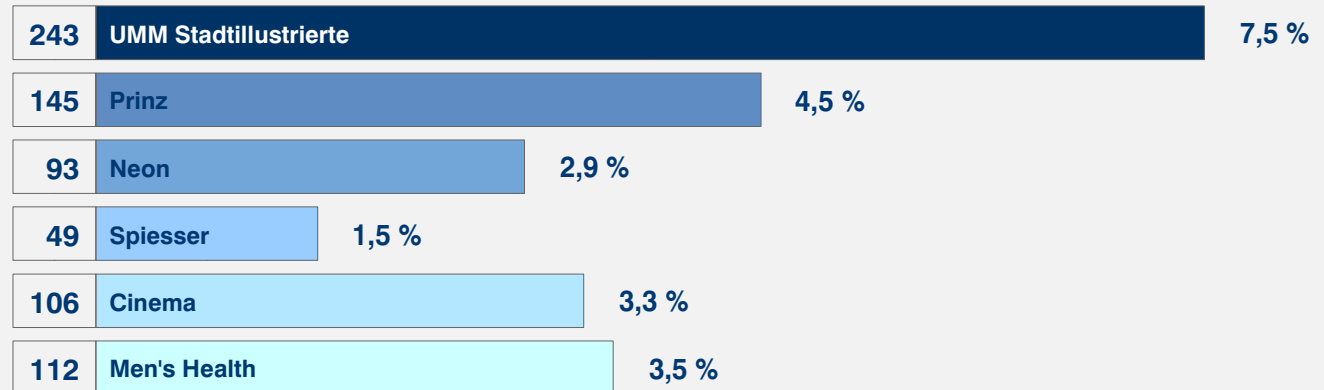
Die jungen und kaufkräftigen Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre* mit Haushaltsnettoeinkommen 2.000 € und mehr in Großstädten / Ballungsräumen

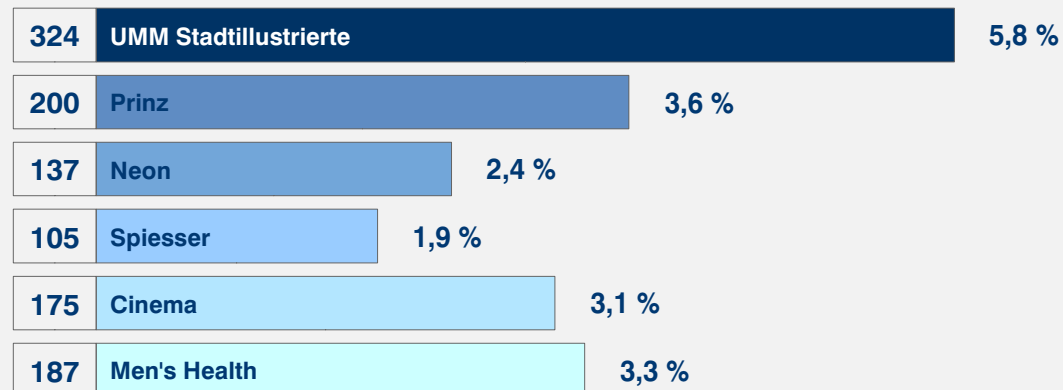
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



Lifestyle-Zielgruppen in Großstädten

Das Reichweiteniveau in den Altersgruppen bis 49 Jahre mit mind. mittlerer Schulbildung

TAPs 2011 – technisch Fortschrittliche, Technikfans

10

Trendsetter – Spürsinn für Neues

11

Sehr Aktive – hohe Kontakt-, Lebens- und Konsumfreude

12

Kulturaktive – vielfältige kulturelle Freizeitaktivitäten

13

Großstädte über 500.000 Einwohner und Ballungsräume (BIK)

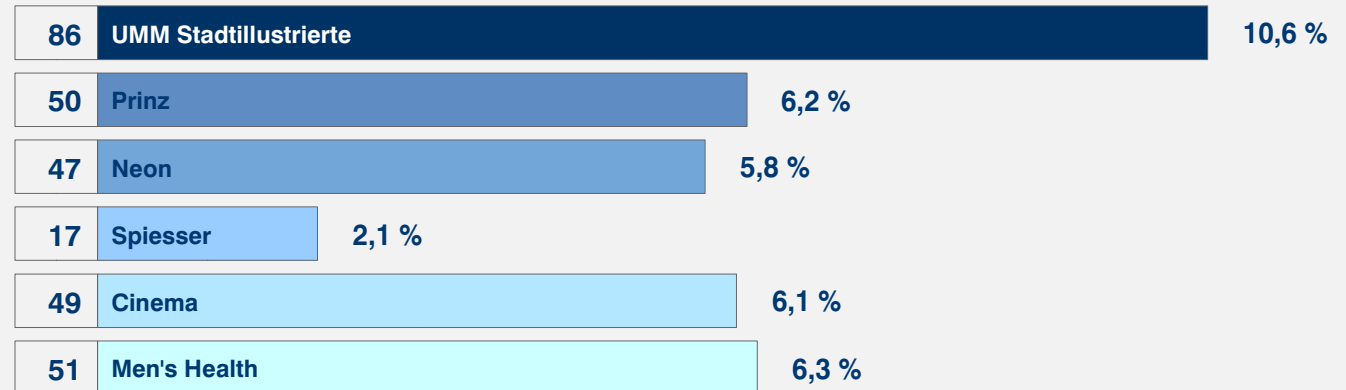
Die jungen und technikaffinen Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre* mit hohem Technikinteresse (TAPs 2011) – 10 von 15 Bedingungen

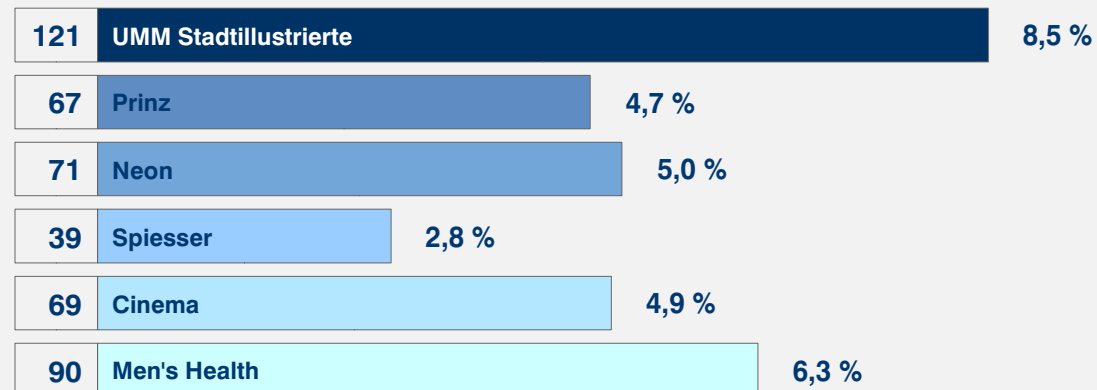
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



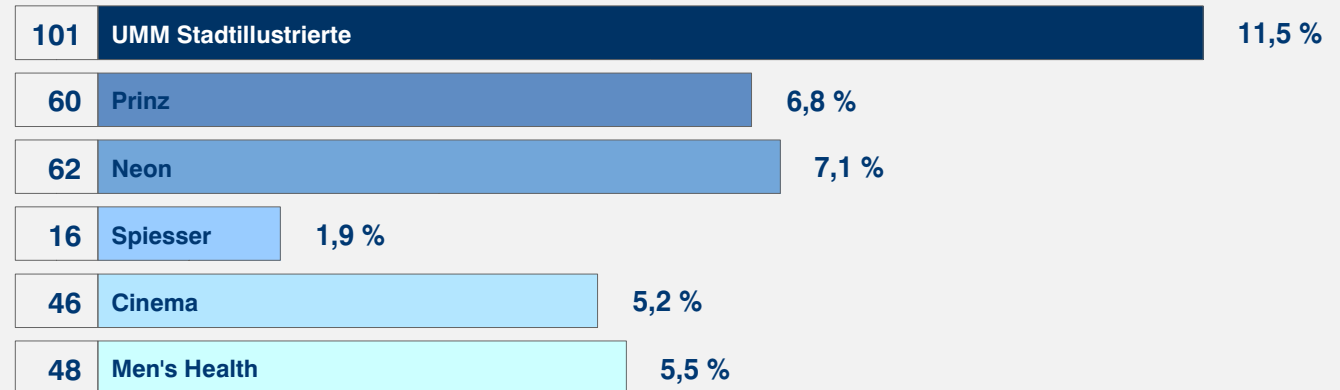
Die jungen und trendigen Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre* mit Spürsinn für Neues (Trendsetter)

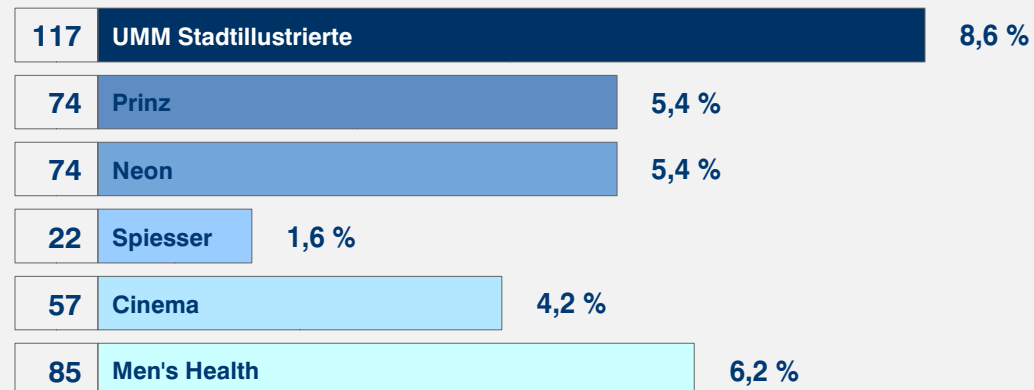
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



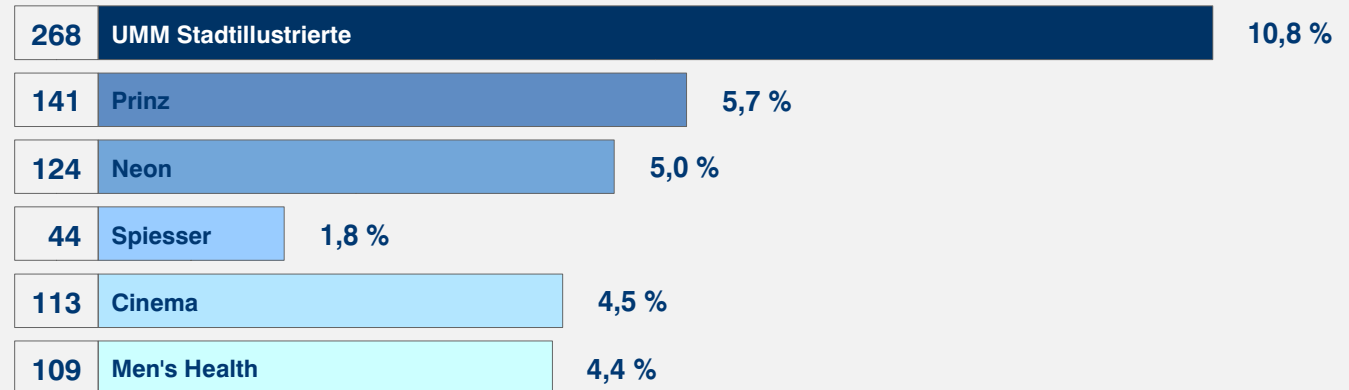
Die jungen und sehr aktiven Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre* mit hoher Kontakt-, Lebens- und Konsumfreude, vielseitigen Interessen, offen für Neues

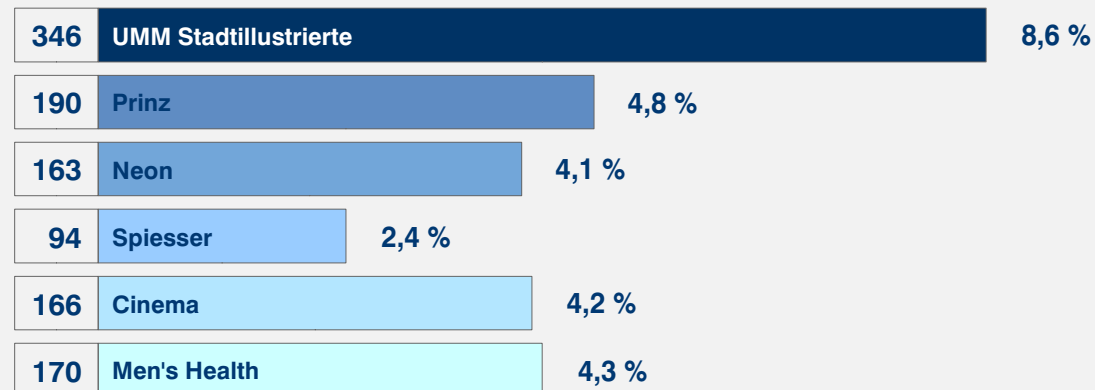
Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner



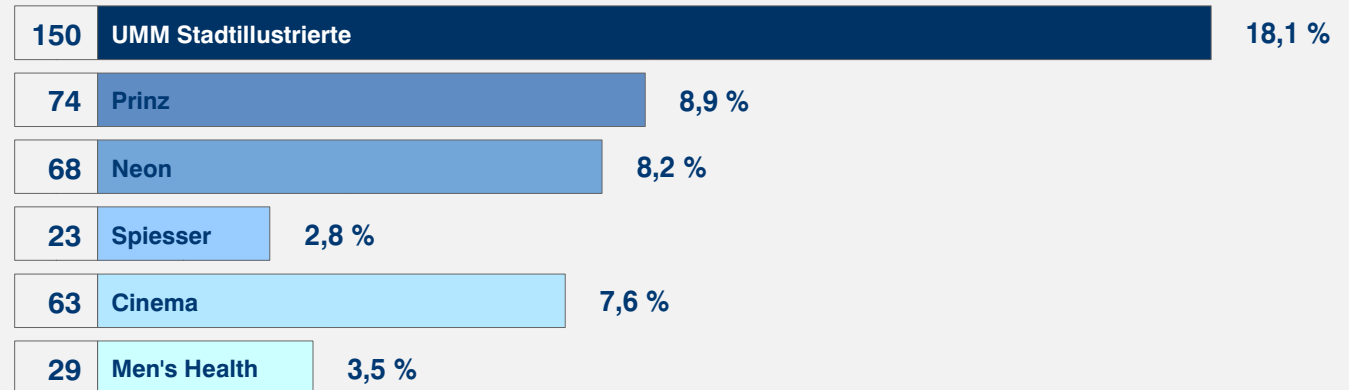
Die jungen und kulturinteressierten Zielgruppen

Alter bis 49 Jahre* mit vielfältigen Kulturaktivitäten – mindestens 6 von 16 Kultursparten

Reichweiten in Tsd.

Reichweiten in %

Großstädte / Metropolen über 500.000 Einwohner (pol.)



Ballungsräume (BIK) Kernstädte mit Umland - mind. 750.000 Einwohner

