

# Modeaffinitäten in Berlin

Mode-Zielgruppen – ein Vergleich UMM BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen

## Die Basisdaten der UMM BerlinConnection

Die Einzeltitel der UMM BerlinConnection	1
Die Gesamtleserzahlen der UMM BerlinConnection	2
Das Leserprofil der UMM BerlinConnection	3

## Junge Mode-Zielgruppen bis 49 Jahre in Berlin

Modeeinstellung und Modeinteresse	4
Kaufverhalten und Konsumstile	5
Käufertypologien und Käuferprofile	6

# Die Einzeltitel der UMM BerlinConnection

Verbreitungsgebiet Berlin, Erscheinungsweise, Copypreise, verkaufte bzw. verbreitete Auflagen



**tip**

erscheint 14-täglich  
Copypreis 3,40 €  
verbr. Aufl. 37.342  
verk. Aufl. 36.195



**zitty**

erscheint 14-täglich  
Copypreis 3,50 €  
verbr. Aufl. 33.271  
verk. Aufl. 32.702

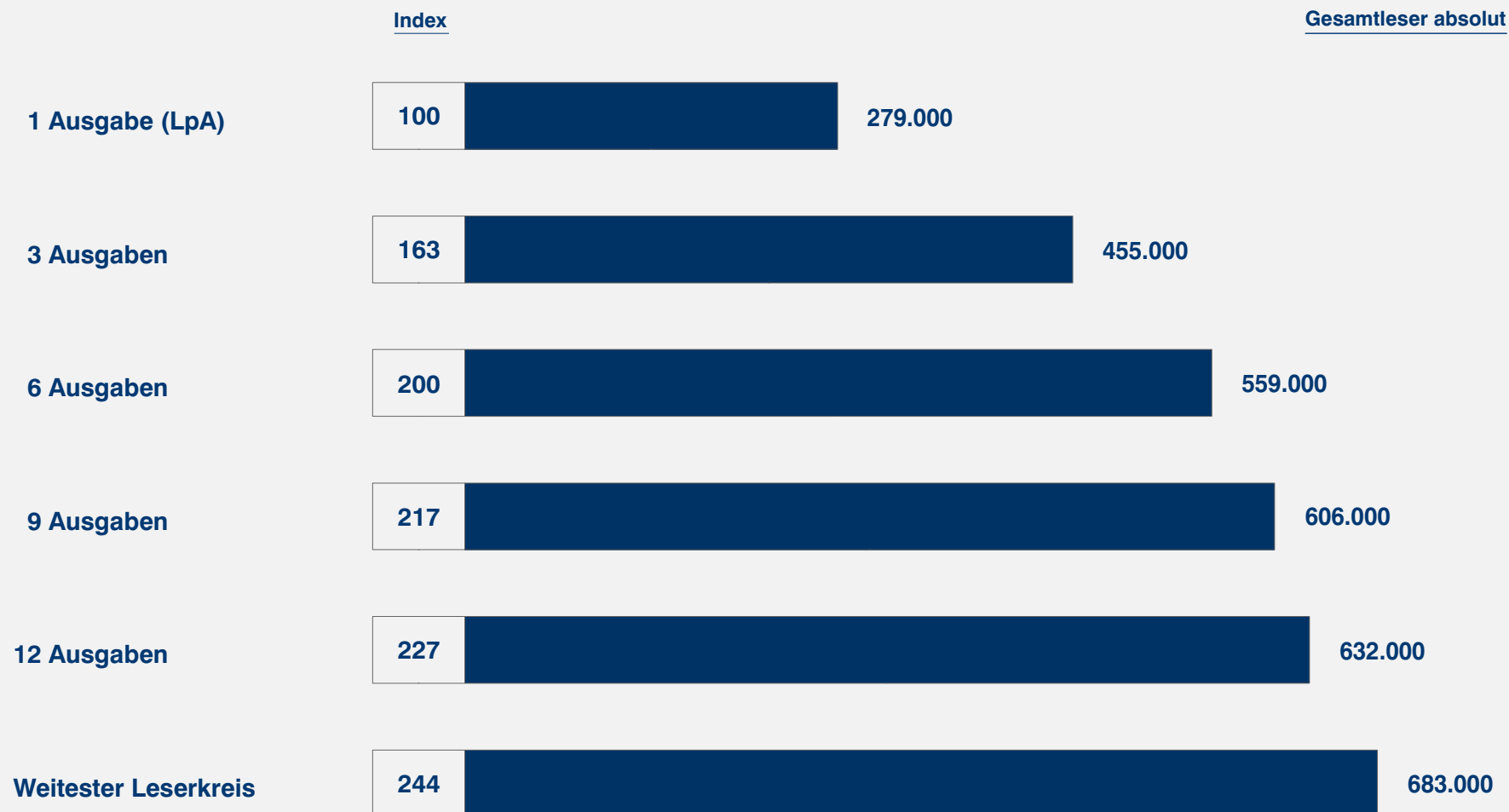


**[030]**

erscheint 14-täglich  
kostenlos  
verbr. Aufl. 51.806

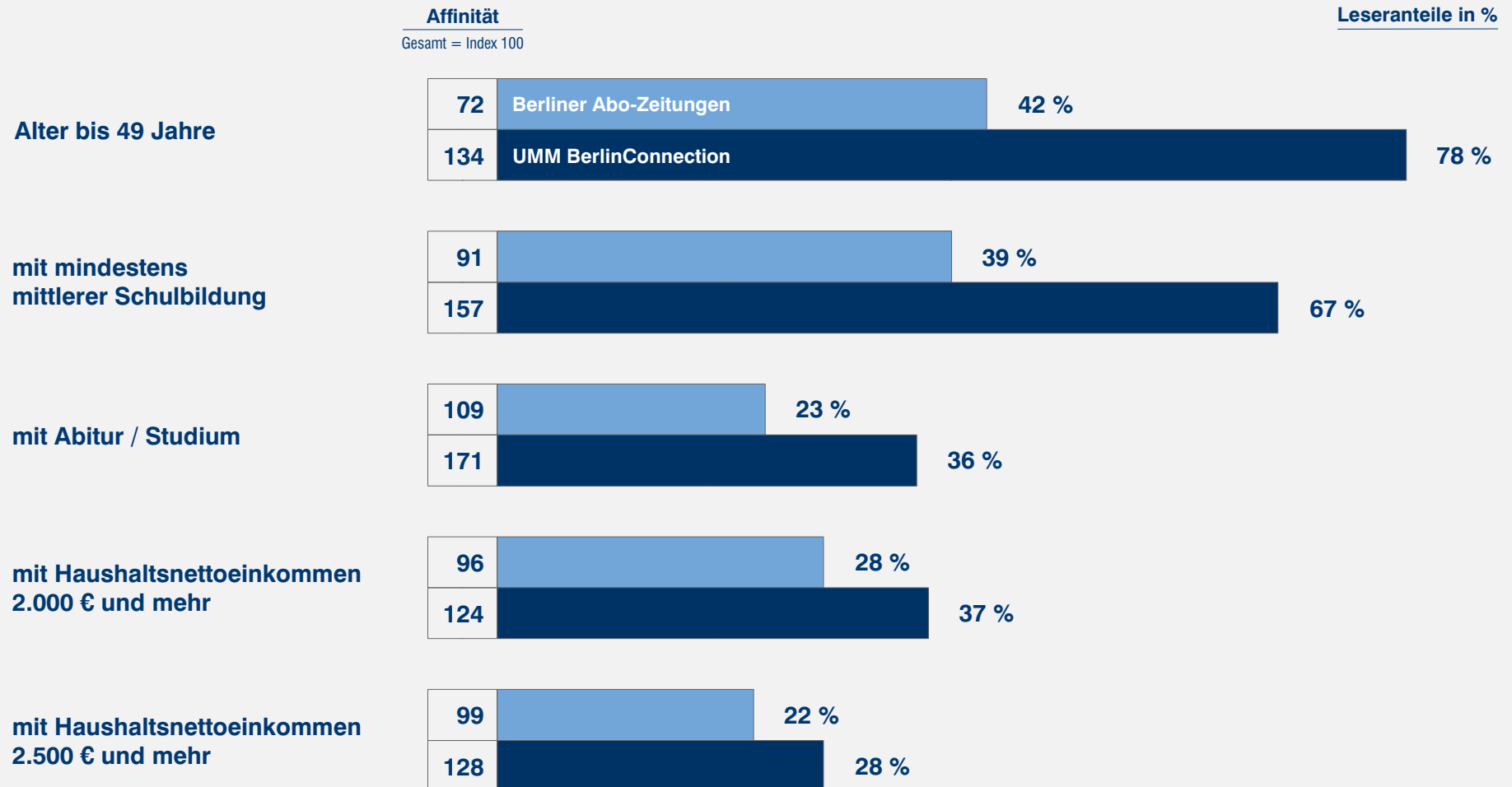
# Die Leserzahlen der UMM BerlinConnection

Die Reichweite in der Berliner Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre bei 1, 3, 6, 9 und 12 Einschaltungen



# Das Leserprofil der UMM BerlinConnection

UMM-BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen \* – Leseranteile in %



# Junge Mode-Zielgruppen bis 49 Jahre

UMM BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen

**Modeeinstellung und Modeinteresse**

**4**

**Kaufverhalten und Konsumstile**

**5**

**Käufertypologien und Käuferprofile**

**6**

# Modeeinstellung und Modeinteresse

UMM-BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen – Leser bis 49 Jahre (Leseranteile in %)

## Affinität

Gesamt = Index 100

## Leseranteile in %

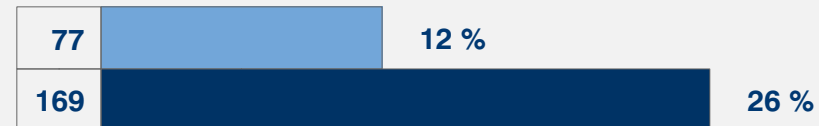
### Kleidung

hohe Ausgabenbereitschaft



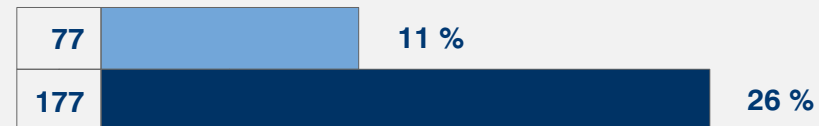
### Kosmetik

hohe Ausgabenbereitschaft



### Mode, Modetrends

ganz besonderes Interesse



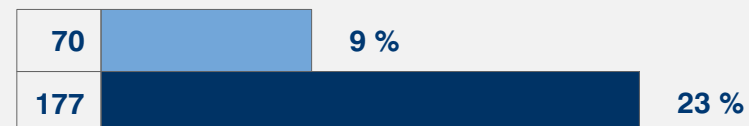
### Modebewusstsein

mache neue Mode gleich mit



### Modische Kleidung

Marken sind mir besonders wichtig



# Kaufverhalten und Konsumstile

UMM-BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen – Leser bis 49 Jahre (Leseranteile in %)

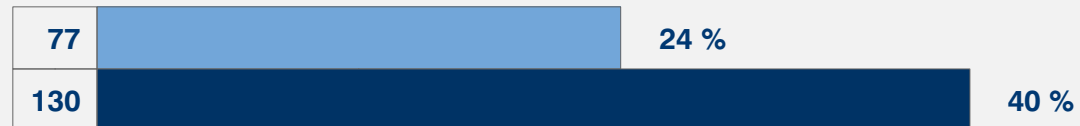
**Affinität**  
Gesamt = Index 100

**Leseranteile in %**

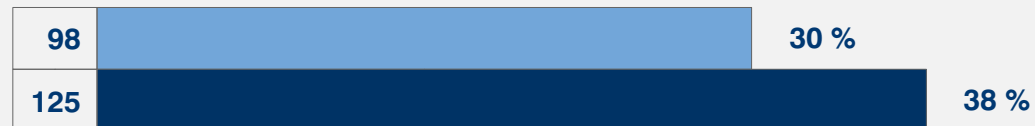
gepflegtes Aussehen  
ist für mich ganz wichtig



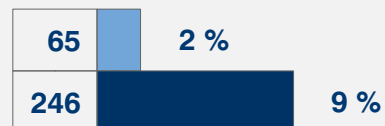
ich probiere immer  
gern etwas Neues aus



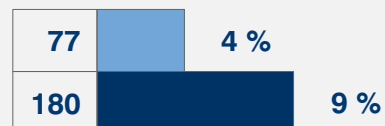
für gute Qualität bin ich  
auch bereit, mehr zu zahlen



ich kaufe gern Produkte  
einer exklusiven Firma



zur Zeit leiste ich mir einiges,  
schaue nicht so sehr aufs Geld



# Käufertypologien und Käuferprofile

UMM-BerlinConnection versus Berliner Abonnement-Zeitungen – Leser bis 49 Jahre (Leseranteile in %)

