

DIE NEUE FRAU – fasziniert mit jungen modernen Themen

Erscheinungsweise:	wöchentlich / Mi.
Copy-Preis:	0,80 €
Zielgruppe:	Frauen, ab 35 Jahre
Konzept:	DIE NEUE FRAU ist eine moderne Zeitschrift für die Frau. Die Redaktion verbindet das Lese-Interesse an typischen Yellow-Themen mit service-orientierten Sachthemen und dem Spaß am Rätselraten in einem Heft. DIE NEUE FRAU bietet alle Themenfelder, die Frauen interessieren, in kompakter und schnell konsumierbarer Präsentation.
Heftformat:	215 x 280 mm
Verkaufte Auflage:	163.632 (IVW IV/11)
Anteil EH+Abo	100,0%
Reichweite (MA 12-I):	
Gesamt:	340.000
Frauen:	300.000 = 88%
Anzeigenseitenpreis 2012:	
sw oder 4c	4.670,- €
Wirtschaftlichkeit:	
1.000er Preis / verk.Auflage:	28,54 €
1.000 Kontakt-Preis gesamt:	13,75 €



DIE NEUE FRAU – 88% Haushalt-Führende

Merkmal	DIE NEUE FRAU		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100	
	Ges.-Bev. %	%		
Gesamt	100	100		
Geschlecht				
Männer	49	12	24	
Frauen	51	88		173
HH-Führende	56	88		156
Alter	Ø 47,6 Jahre	58,1 Jahre		
bis 19 Jahre	7	1	8	
20-29 Jahre	14	6	43	
30-39 Jahre	14	10	73	
40-49 Jahre	19	16	81	
50-59 Jahre	16	17		108
60-69 Jahre	13	18		139
70 Jahre +	16	32		198
Bildung				
Volksschule	44	61		138
Mittlere Reife	30	28	91	
Abitur/Studium	26	11	45	
Verheiratet	54	55		102
Kinder unter 14 im HH	20	14	70	
Personen im Haushalt				
1 Person	22	33		150
2 Personen	37	41		111
3 Personen	18	12	65	
4 Personen und mehr	23	14	61	
HH-Nettoeinkommen				
bis 1.000 Euro	8	10		125
1.000-2.000 Euro	32	45		143
2.000-3.000 Euro	31	26	86	
3.000 Euro und mehr	30	19	63	



Reichweite=
340.000 Personen
Frauenanteil = 88%

Quelle: MA 2012-I

DIE NEUE FRAU – Produkt-/Themeninteressen der LeserInnen

Merkmal	DIE NEUE FRAU		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	Ges.-Bev. %	FRAU %	
Gesamt	100	100	

Hohes Produkt-/Themeninteresse

Putz- und Pflegemittel	9	24	282
Bestecke, Glas, Porzellan	10	21	209
Fertiggerichte	11	21	187
Kalorienreduzierte Lebensmittel, Light Produkte	7	14	184
Knabbergebäck (z.B. Chips)	13	23	183
Pflegende Damenkosmetik	21	39	182
Wohnaccessoires, Heimtextilien, Dekoration,	14	26	180
Dekorative Damenkosmetik, Make-up	17	29	176
Tiefkühlkost	14	25	175
Süßwaren	14	24	171
Damenoberbekleidung	24	40	168
Rezeptfreie Medikamente	14	23	163
Tee	17	26	154
Wellness, Wellnessprodukte	14	21	154
Alkoholische Getränke, Spirituosen	12	18	152
Alkoholfreie Erfrischungsgetränke	21	30	142
Parfüms, Düfte	23	31	134
Milchprodukte	21	28	133
Elektrogeräte für Küche und Haushalt	12	16	133
Altersvorsorge	16	21	132
Haarpflege	29	38	131
Functional Food (z.B. probiotische Joghurt)	8	11	130
Neue Behandlungsmethoden für Beschwerden/Krankheiten	23	29	127
Möbel, Wohnungseinrichtung	17	21	127
Informationen zur Krankheitsvorbeugung	27	33	124

Ernährung

Kochen macht mir Spaß	30	55	180
Bei Beilagen verwende ich gern Fertigprodukte	18	28	157
Rezept-Ideen aus Zeitschriften probiere ich häufig aus	11	24	223
Ein schön dekoriertes Tisch ist genauso wichtig wie das Essen	35	52	150
Gäste zu bewirten macht mir sehr viel Spaß	29	49	170



Reichweite=
340.000 Personen
Frauenanteil = 88%

DIE NEUE FRAU – Psychografie, Wellness und Health

Merkmal	DIE NEUE FRAU		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	Ges.-Bev. %	NEUE FRAU %	
Gesamt	100	100	

Einstellungen

Viele Entscheidungen treffe ich mehr mit dem Gefühl	26	31	118
Es ist mir wichtig, viel mit der Familie zu unternehmen	53	59	112
Mich interessiert sehr, was andere aus ihrem Leben machen	27	34	127
Wichtig, über bekannte Menschen Bescheid zu wissen	17	26	154
Ich werde bei Problemen oft um Rat gefragt	27	31	114
In der Haushaltsführung macht mir keiner was vor	22	40	184
Unterhalte mich mit Bekannten häufig über Dinge aus Medien	29	30	104
Kochen macht mir Spaß	30	55	180
Wäre froh, wenn ich etwas abnehmen könnte	21	24	117
Ein schön dekoriertes Tisch ist genauso wichtig wie das Essen	35	52	150
Ich bummle oft durch Geschäfte und kaufe dann ganz spontan	14	23	161
Ich probiere gerne neue Produkte aus	29	31	107
Konsumfreude	25	32	128

Wellness/Health

Hohes Interesse an Wellness/Wellnessprodukten	14	21	154
Wellness-Potenzial Frauen	11	17	147
Hohes Interesse an Gesundheit	37	41	110
Health-Experten	9	15	163
Informiere mich häufig aus Medien über Gesundheitsfragen	22	34	154
Versuche durch vorbeugende Präparate die Gesundheit zu erhalten	19	26	131
Hohes Interesse an rezeptfreien Medikamenten	14	23	163
Apothekenkauf mind. 1x Monat	25	35	141

t.o.m. pharma

Käufer	77	91	117
Käufer mit hoher Kauffrequenz (mind. 2x)	59	76	129
Vielseitigkeitskäufer*	23	39	168

Top 5 Marktbereiche nach Affinität

	Kauffrequenz mind 1x		
Bewegungsschmerz kurativ	5	11	222
Antimykotika	8	18	219
Venenmittel	10	19	187
Mittel für Wundheilung	16	28	175
Bewegungsschmerz akut	28	48	169



Reichweite=
340.000 Personen
Frauenanteil = 88%

Quelle: MA 2012-I, TdW 2012, t.o.m.pharma (2012), *Vielseitigkeitskäufer: Käufe aus mind. 7 von 27 Marktbereichen