

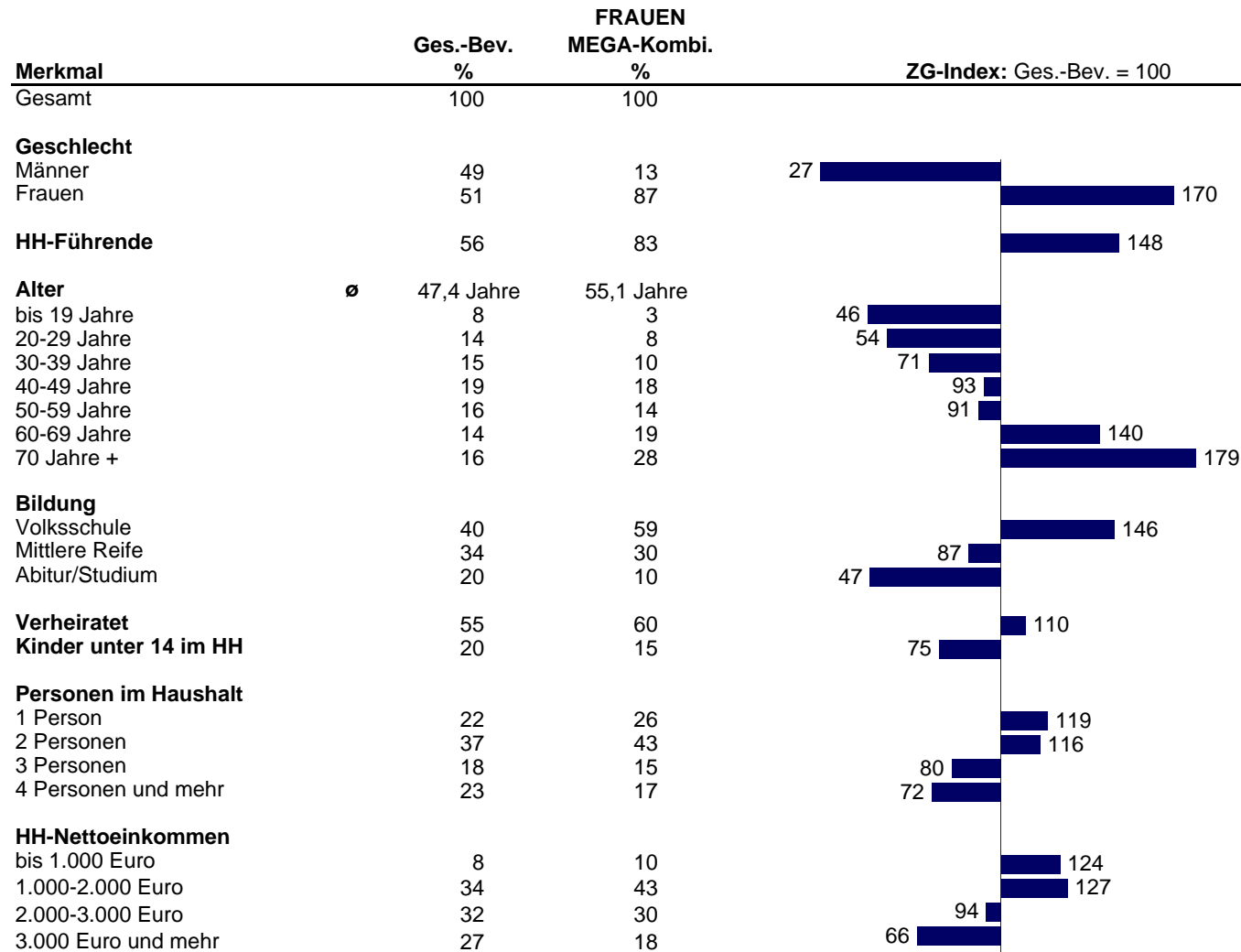
FRAUEN MEGA Kombi



Enthaltene Titel:	7 TAGE, Frau mit Herz, Heim und Welt DIE NEUE FRAU, WOCHE der FRAU, Lea
Verkaufte Auflage: Anteil EH+Abo	751.936 (IVW II/10) 99,8%
Reichweite (MA 10-II): Gesamt: Frauen:	2,85 Mio. 2,48 Mio. = 87%
Kontakte (MA 10-II): Gesamt: Frauen:	3,18 Mio. 2,78 Mio.
Anzeigenseitenpreis: sw oder 4c	21.596,- €
Ersparnis gegenüber Einzelbelegung:	-15,0 %
Wirtschaftlichkeit: 1.000er Preis / verk.Auflage: 1.000 Kontakt-Preis gesamt:	28,72 € 6,80 €



FRAUEN MEGA Kombi – erreicht 2,48 Millionen Frauen



Reichweite =
2,85 Mio. Personen
Frauenanteil = 87%

FRAUEN MEGA Kombi – Produktinteressen der LeserInnen

Merkmal	FRAUEN		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	Ges.-Bev. %	MEGA Kombi %	
Gesamt	100	100	
Hohes Produktinteresse			
Putz- und Pflegemittel	8	19	225
Heimtextilien, Dekoration, Wohnaccessoires	14	27	186
Echtschmuck	12	22	177
Kalorienreduzierte Lebensmittel, Light Produkte	8	14	174
Fertiggerichte	11	19	171
Schlankheitskost	5	7	165
Brillengestelle (für optische Brillen)	13	21	165
Tiefkühlkost	13	22	164
Tee	14	23	160
Pflegende Damenkosmetik	22	34	157
Milchprodukte	19	29	155
Damenoberbekleidung	25	39	153
Naturkosmetik	11	17	149
Parfüms, Düfte	23	34	148
Wellnessprodukte (Duftöle, Wellness-Getränke)	15	23	147
Dekorative Damenkosmetik, Make up	18	27	147
Reformkost	6	8	139
Elektrische Haushaltsgeräte	12	17	139
Modeschmuck	12	16	135
Möbel, Wohnungseinrichtung	17	23	135
Versicherungen	7	9	133
Unterbekleidung, Unterwäsche	17	23	132
Alkoholfreie Erfrischungsgetränke	19	24	126
Haarpflege	31	38	122
Alkoholische Getränke	11	13	119
Ernährung			
Kochen macht mir Spaß	28	43	153
Nutze gern ergänzend Fertigprodukte	19	28	149
Es macht mir Spaß, neue Gerichte auszuprobieren	18	26	142
Rezept-Ideen aus Zeitschriften probiere ich sehr häufig aus	12	22	191



Reichweite =
2,85 Mio. Personen
Frauenanteil = 87%

FRAUEN MEGA Kombi – Psychografie, Wellness und Health

Merkmal	FRAUEN		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	Ges.-Bev. %	MEGA Kombi %	
Gesamt	100	100	
Einstellungen			
Ich führe ein einfaches, bescheidenes Leben	37	50	137
Verstehe die Gefühle anderer	29	36	121
Mich interessiert sehr, was andere aus ihrem Leben machen	29	36	123
Ich lege größten Wert darauf, dass alles sauber ist	51	65	127
Wichtig, über bekannte Menschen Bescheid zu wissen	20	30	154
Unterhalte mich mit Bekannten häufig über Dinge aus Medien	30	38	124
Werde bei Problemen oft um Rat gefragt	28	33	117
Fühle mich etwas altmodisch bzgl. der neuen Technik	27	45	166
Man sollte HH-Geräte anschaffen die sparsam sind	41	46	112
Ich wäre froh, wenn ich einige Pfunde abnehmen könnte	21	27	131
Ein schön dekoriertes Tisch ist genauso wichtig wie Essen	38	49	131
Wichtig, mich mit schönen Dingen zu umgeben	26	29	109
Manchmal gehe ich einfach zur Unterhaltung einkaufen	15	22	147
Durch Werbung häufiger auf Produkte aufmerksam geworden	30	37	120
Schaue mir gern Anzeigen in Zeitschriften an	19	28	146
Wellness/Health			
Hohes Interesse an Wellnessprodukten	15	23	147
Wellnessangebote schon mal ausprobiert	71	77	109
Es ist mir besonders wichtig viel für meine Gesundheit zu tun	33	41	125
Betreibe aktive Gesundheitsvorsorge	25	31	122
Health-Experte	10	17	180
Versuche durch vorbeugende Präparate die Gesundheit zu erhalten	22	31	140
Informiere mich häufig aus Medien über Gesundheitsfragen	27	38	140
Hohes Produktinteresse an Gesundheitsfragen	36	54	150
t.o.m. pharma			
Käufer	82	93	113
Käufer mit hoher Kauffrequenz (mind. 2x)	68	81	120
Vielseitigkeitskäufer*	27	35	128
Markenkäufer	26	35	132
Top 5 Marktbereiche nach Affinität			
	Kauffrequenz mind 1x		
Calciumpräparate	9	16	180
Durchblutung/Gefäße	5	8	155
Mittel für die Blasenfunktion (Kürbispräparate)	7	11	154
Magnesiummittel	16	25	151
Venenmittel (topisch + systemisch)	12	16	141



Reichweite =
2,85 Mio. Personen
Frauenanteil = 87%

Quelle: MA 2010-II, TdW 2010, t.o.m.pharma, *Vielseitigkeitskäufer: Käufe aus mind. 7 von 27 Marktbereichen