

GRAZIA – Fashion & News für die urbanen Hedonistas

GRAZIA

Erscheinungsweise:

wöchentlich / Do.

Launch:

11. Februar 2010

Zielgruppe:

GRAZIA wendet sich im Kern an moderne jüngere Frauen zwischen 25 und 45 Jahren, die ein ausgeprägtes Interesse an Mode, Schönheit, Genuss, Lebensart, Lifestyle, Celebrities sowie an politischem Geschehen und Zeitgeschichte aufweisen.

Konzept:

GRAZIA ist das erste weibliche Hochglanz-Crossover, das Woche für Woche die interessantesten Themenhighlights aus Style, People & News aktuell und unterhaltsam zusammenfasst. Es ist ein Style-Magazin mit einer kräftigen Dosis People und Zeitgeschehen, welches im gehobenen Mainstream-Markt eine neue Zeitschriftengattung für weibliche Zielgruppen gründet. Mondän aber nicht elitär, style-orientiert aber nicht oberflächlich, intelligent aber trotzdem unterhaltend, deckt es die ganze thematische Bandbreite eines schnellen, weltläufigen Wochenmagazins ab. GRAZIA – gemacht für die urbanen Hedonistas mit ausgezeichnetem Background.



Heftformat:

230 x 295 mm

Verkaufte Auflage:

178.196 (IVW II/11)

Anteil EH+Abo

62%

Garantiert verkaufte Auflage:

150.000 Exemplare

Reichweite* (TdW 2011):

Gesamt:

530.000

Frauen:

510.000 = 96%

Anzeigenpreis:

1/1 Seite = 15.000,- €

Wirtschaftlichkeit:

1.000er Preis / verk.Auflage:

84,18 €

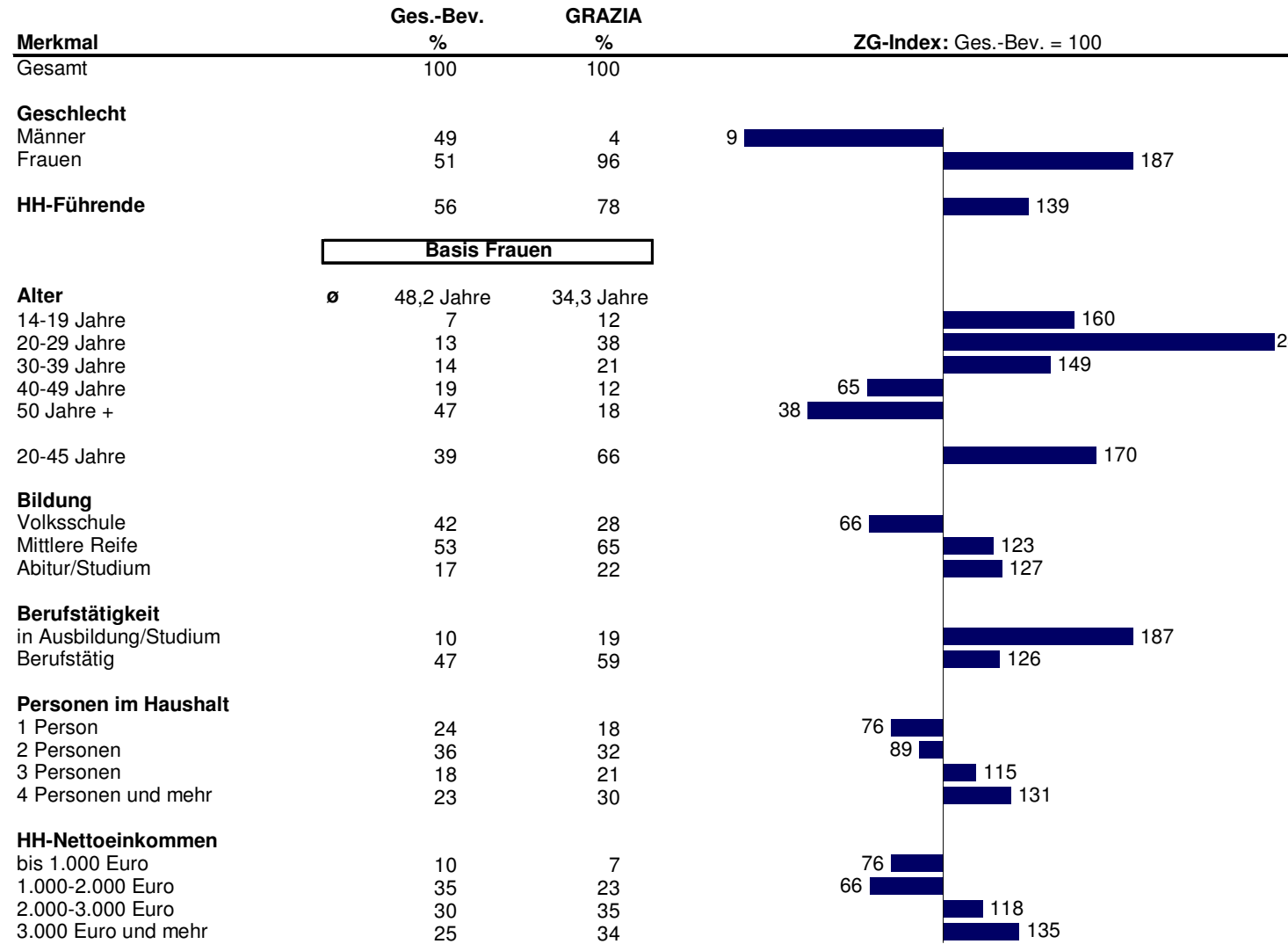
1.000 Kontakt-Preis gesamt:

28,10 €

*= nicht MA-angepasst

GRAZIA – gemacht für die urbanen Hedonistas

GRAZIA



Reichweite* =
530.000 Personen
Frauenanteil = 96%

Quelle: TdW 2011,*= nicht MA-angepasst

GRAZIA – Produktinteressen der LeserInnen



Merkmal	Ges.-Bev.	GRAZIA	ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	%	%	
Gesamt	100	100	
Hohes Produktinteresse			
Modeschmuck	12	34	290
Dekorative Damenkosmetik, Make up	18	53	289
Echtschmuck	12	35	286
Parfüms, Düfte	23	56	240
Damenoberbekleidung	25	59	240
Pflegende Damenkosmetik	21	50	236
Unterbekleidung, Unterwäsche	17	36	217
Wellnessprodukte (z.B. Duftöle, Wellness-Getränke)	15	30	196
Armbanduhren	12	23	194
Kalorienreduzierte Lebensmittel, Light-Produkte	8	14	188
Schlankheitskost	4	8	188
Wohnaccessoires, Heimtextilien, Dekoration	14	27	187
Möbel, Wohnungseinrichtung	17	31	182
Kücheneinrichtung	11	20	181
Süßwaren (z.B. Schokoriegel)	12	20	166
Medien (Zeitungen, Zeitschriften, TV u.a.)	19	30	161
Haarpflege	31	47	154
Outdoorbekleidung	14	20	147
Versicherungen	7	10	147
Freizeitbekleidung	22	32	144
Reisen, Urlaubsziele	31	44	142
Alkoholfreie Erfrischungsgetränke	19	26	135
Fortbildungs-, Weiterbildungsangebote	12	16	135
PC Personal Computer	23	26	118
Neue Telekommunikationsmittel	16	19	116
Ernährung			
Kochen macht mir Spaß	28	40	140
Es macht mir Spaß, neue Gerichte auszuprobieren	18	31	174
Ich verwende gern Fertigprodukte, die ich dann noch verfeinere	18	21	116
Rezept-Ideen aus Zeitschriften probiere ich sehr häufig aus	11	19	176
Es macht mir Spaß, mit Freunden zusammen zu kochen	13	24	191



Reichweite* =
530.000 Personen
Frauenanteil = 96%

Quelle: TdW 2011,*= nicht MA-angepasst

GRAZIA – Psychografie

GRAZIA

Merkmal	Ges.-Bev. %	GRAZIA %	ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
Gesamt	100	100	
Psychografie			
Habe ehrgeizige Pläne und Ziele	30	40	130
Wichtig mich von der Masse abzugrenzen	22	35	159
Werde bei Problemen oft um Rat gefragt	27	36	135
Ich glaube, ich bin kreativer als andere	17	31	185
Wichtig, über bekannte Menschen Bescheid zu wissen	20	35	177
Mein Motto ist: Spaß muss sein!	29	40	137
Mir fällt es leicht, auf andere Leute zuzugehen	38	52	137
Ich bin anderen oft einen Schritt voraus	15	21	137
Bin spontan	27	37	135
Starke Frauen	6	23	421
Kauf & Konsum			
Hohe Konsumfreude	25	47	188
Werbeaufgeschlossenheit	25	42	167
Wichtig, mich mit schönen Dingen zu umgeben	25	41	164
Probiere gerne neue Produkte aus	30	52	177
Bumle oft durch Geschäfte und kaufe spontan	15	32	214
Leiste mir gern teure Sachen; Luxus macht das Leben schöner	12	19	156
Würde mich selbst als Genießer bezeichnen	20	27	135
Weiß genau welche Marken und Produkte im Trend liegen	18	34	187
Mode/Beauty/Wellness			
Markenflexible in Sachen Mode/Bekleidung	16	32	202
Lege viel Wert auf modische Accessoires	17	55	313
Interessiere mich stets für die neuesten Modetrends	19	51	265
Gönne mir gern teurere Kosmetik	15	26	172
Probiere gerne neue Parfums aus	15	34	228
Achte auf gesunde/ausgewogene Ernährung	26	35	132
Wellness-Potenzial Frauen	11	34	311



Reichweite* =
530.000 Personen
Frauenanteil = 96%

Quelle: TdW 2011,*= nicht MA-angepasst