

Rezepte mit Pfiff – Genuss hat einen Namen

MEDIENGRUPPE
KLAMBT

Erscheinungsweise:	monatlich / 2.Do.
Copy-Preis:	2,50 €
Zielgruppe:	Frauen, ab 30 Jahre mit Interesse an Kochen & Backen
Konzept:	Monat für Monat macht Rezepte mit Pfiff seinen LeserInnen richtig Lust aufs Kochen und Backen. Brillante Farbfotos und großzügige Layouts ziehen sich durch das ganze Heft. Die stark an der Saison orientierten Rezepte sind gut nachvollziehbar und bodenständig, aber mit Pfiff. Je nach Bedarf – ob schnell, preiswert, in Kombination mit Fertiggerichten, aus der Tiefkühltruhe, Sonntagsbraten, Festmenü, Partybuffet, leckere Obstkuchen, cremige Torten, besondere Anlässe oder Gästebewirtung – Rezepte mit Pfiff hat in jeder Ausgabe etwas parat. Einkaufstipps, Warenkunde und Hilfestellungen runden das Konzept ab.
Heftformat:	215 x 300 mm
Verkaufte Auflage:	37.545 (IVW IV/11)
Anteil EH+Abo	100,0%
Reichweite (MA 12-I):	
Gesamt:	420.000
Frauen:	340.000 = 83%
Anzeigenseitenpreis 2012:	
sw oder 4c	5.500,- €
Wirtschaftlichkeit:	
1.000er Preis / verk.Auflage:	146,49 €
1.000 Kontakt-Preis gesamt:	13,16 €



Rezepte mit Pfiff – 83% sind weiblich

Merkmal	Ges.-Bev. %	Rezepte mit Pfiff %	ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
Gesamt	100	100	
Geschlecht			
Männer	49	18	36
Frauen	51	83	162
HH-Führende			
	56	80	142
Alter			
Ø	47,6 Jahre	46,9 Jahre	
bis 19 Jahre	7	3	40
20-29 Jahre	14	11	78
30-39 Jahre	14	18	126
40-49 Jahre	19	27	139
50-59 Jahre	16	23	141
60-69 Jahre	13	10	76
70 Jahre +	16	9	56
Bildung			
Volksschule	44	45	102
Mittlere Reife	30	38	126
Abitur/Studium	26	17	65
Verheiratet			
	54	64	119
Kinder unter 14 im HH			
	20	22	111
Personen im Haushalt			
1 Person	22	18	80
2 Personen	37	36	97
3 Personen	18	23	130
4 Personen und mehr	23	23	101
HH-Nettoeinkommen			
bis 1.000 Euro	8	5	58
1.000-2.000 Euro	32	28	88
2.000-3.000 Euro	31	32	104
3.000 Euro und mehr	30	36	120



Reichweite=
420.000 Personen
Frauenanteil = 83%

Quelle: MA 2012-I

Rezepte mit Pfiff – Produktinteressen der LeserInnen

Merkmal	Ges.-Bev. %	Rezepte mit Pfiff %	ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
Gesamt	100	100	
Hohes Produkt-/Themeninteresse			
Kalorienreduzierte Lebensmittel, Light Produkte	7	22	298
Schlankheitskost	5	14	285
Putz- und Pflegemittel	9	24	275
Bestecke, Glas, Porzellan	10	27	265
Functional Food (z.B. probiotische Joghurt)	8	21	260
Wohnaccessoires, Heimtextilien, Dekoration,	14	36	256
Pflegende Damenkosmetik	21	51	243
Damenoberbekleidung	24	57	239
Wellness, Wellnessprodukte	14	32	231
Parfüms, Düfte	23	53	230
Dekorative Damenkosmetik, Make-up	17	37	220
Naturkosmetik	11	23	218
Rezeptfreie Medikamente	14	31	217
Fertiggerichte	11	23	205
Tiefkühlkost	14	29	201
Reformkost	5	10	196
Haarpflege	29	55	188
Möbel, Wohnungseinrichtung	17	31	188
Knabbergebäck (z.B. Chips)	13	24	187
Unterbekleidung, Unterwäsche	17	30	181
Reisen, Kurzreisen	31	51	162
Milchprodukte	21	34	160
Süßwaren	14	22	159
Elektrogeräte für Küche und Haushalt	12	20	159
Alkoholische Getränke, Spirituosen	12	17	145
Ernährung			
Kochen macht mir Spaß	30	54	178
Verwende gern Fertigprodukte, die ich dann verfeinere	17	28	161
Rezept-Ideen aus Zeitschriften probiere ich häufig aus	11	28	259
Gäste zu bewirten macht mir sehr viel Spaß	29	51	180
Ein schön dekoriertes Tisch ist genauso wichtig wie das Essen	35	50	142



Reichweite=
420.000 Personen
Frauenanteil = 83%

Rezepte mit Pfiff – Psychografie, Wellness und Health

Merkmal	Lea Rezepte mit Pfiff		ZG-Index: Ges.-Bev. = 100
	Ges.-Bev. %	%	
Gesamt	100	100	
Einstellungen			
Lege Wert darauf, die Dinge lösungsorientiert und positiv zu sehen	50	59	118
Ich habe ein gutes Gespür für richtiges Verhalten in Situationen	40	55	140
Zu meinem Leben gehören Literatur, Kunst und Theater	16	22	140
Ich werde bei Problemen oft um Rat gefragt	27	43	158
Ich möchte nicht so sein wie alle anderen	36	41	113
Wichtig, über bekannte Menschen Bescheid zu wissen	17	35	207
Unterhalte mich mit Bekannten häufig über Dinge aus Medien	29	41	143
Ich glaube, ich bin kreativer als andere	17	21	123
Ein schön dekoriertes Tisch ist genauso wichtig wie das Essen	35	50	142
Es ist mir wichtig, mich mit schönen Dingen zu umgeben	26	40	155
Konsumfreude	25	45	179
Ich probiere gerne neue Produkte aus	29	45	155
Manchmal gehe ich einfach zur Unterhaltung einkaufen	15	25	170
Werbeaufgeschlossenheit	25	37	150
Wellness/Health			
Hohes Interesse an Wellness/Wellnessprodukten	14	32	231
Wellness-Potenzial Frauen	11	27	240
Hohes Interesse an Gesundheit	37	53	145
Health-Experten	9	22	243
Informiere mich häufig aus Medien über Gesundheitsfragen	22	35	158
Versuche durch vorbeugende Präparate die Gesundheit zu erhalten	19	27	140
Hohes Interesse an rezeptfreien Medikamenten	14	31	217
Apothekenkauf mind. 1x Monat	25	34	136
t.o.m. pharma			
Käufer	77	89	115
Käufer mit hoher Kauffrequenz (mind. 2x)	59	79	134
Vielseitigkeitskäufer*	23	34	145
Top 5 Marktbereiche nach Affinität			
	Kauffrequenz mind 1x		
Durchblutung, Gefäße	4	9	252
Hautreinigung Apotheke	4	9	216
Bewegungsschmerz kurativ	5	9	183
Abführmittel	12	21	177
Schlaf-/Beruhigungsmittel	13	21	155



Reichweite=
420.000 Personen
Frauenanteil = 83%

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