



# BILD WOCHE

„Mehr Rat – Mehr Tat – Mehr Tipps für jeden Tag“

Dieser Claim steht für das neue Konzept der BILD WOCHE. Der Mantel garantiert zum einen hohen Nutzwert durch ausführliche Ratgeber mit Tipps und Informationen zu allen Bereichen des täglichen Lebens. Zum anderen mitreißende Unterhaltung durch "Geschichten, die das Leben schreibt", die auch immer mit einem Experten-Rat verbunden werden. Im TV-Programm erweitert die BILD WOCHE ihre redaktionelle Leistung. Zusätzlich zum lieb gewonnenen Programm präsentiert die BILD WOCHE an den sieben Tagen über 120 Tipps in einer besonderen Leiste. Doch diese sind keine klassischen Sendungshinweise, sondern spannende Hintergrund-Informationen zu den Stars, fundierte Service-Tipps als Ergänzung oder kleine Spaß-Elemente für die TV-Pause. Damit hat BILD WOCHE einen einzigartigen USP in Mantel und Programm im Markt der wöchentlichen Programmzeitschriften.



**Bild  
Woche**

# BILD WOCHE

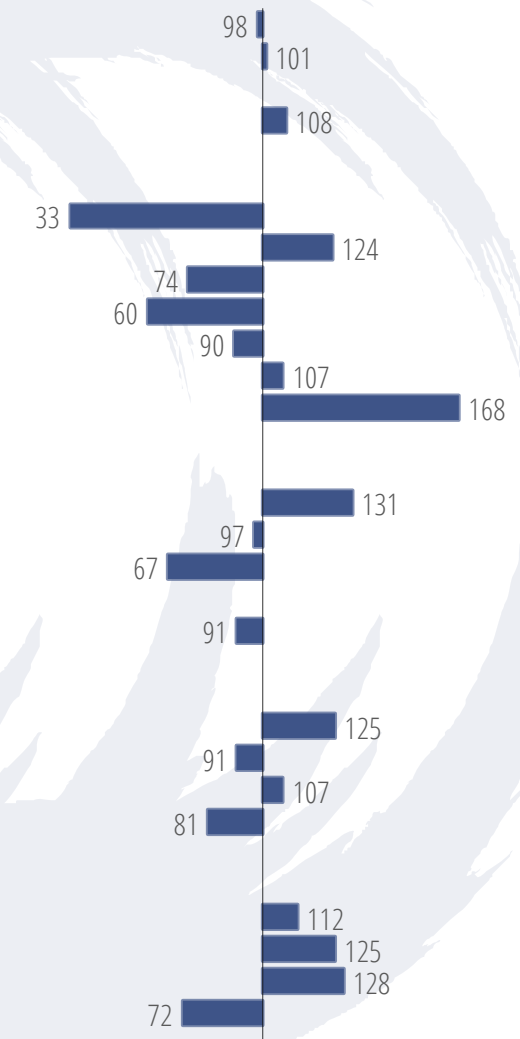
Erscheinungsweise	wöchentlich / Donnerstag
Copypreis	1,49 €
Heftformat	225 x 309 mm
Anzeigenpreis 1/1 (2020)	8.590 €
Verkaufte Auflage (IWW II/20)	62.990 Ex.
Anteil EV+Abo	99,8 %
Zielgruppe	Frauen, ab 40 Jahre
Reichweite Gesamt (MA 20- II)	360.000, Frauen: 190.000 = 51 %
TAP (verk. Auflage)	136,37 €
TKP (gesamt)	23,79 €

# BILD WOCHE

## Soziodemografie

Merkmal	%	Mio.	%
Gesamt	100	0,36	100
Geschlecht			
Männer	49	0,18	49
Frauen	51	0,19	51
HH-Führende	58	0,22	62
Alter ø			
	49,0 Jahre		54,5 Jahre
bis 19 Jahre	7	0,01	2
20-29 Jahre	14	0,06	17
30-39 Jahre	15	0,04	11
40-49 Jahre	15	0,03	9
50-59 Jahre	19	0,06	17
60-69 Jahre	14	0,06	15
70 Jahre +	17	0,10	29
Ausbildung			
Haupt-Volksschule	37	0,18	49
weiterf. Schule o. Abitur	30	0,11	29
Abitur/Studium	33	0,08	22
Verheiratet	55	0,18	50
Personen im Haushalt			
1 Person	24	0,11	30
2 Personen	38	0,13	35
3 Personen	17	0,07	18
4 Personen und mehr	21	0,06	17
HH-Nettoeinkommen			
bis 1.000 Euro	6	0,03	7
1.000-2.000 Euro	22	0,10	27
2.000-3.000 Euro	25	0,12	32
3.000 Euro und mehr	47	0,12	34

Struktur-Index: Total = 100



Quelle: MA 2020-II