

ma 2015 Pressemedien II - Zeitschriften (Index: ma 15 II - ma 15 I)

Durch die veränderte Hochrechnungsbasis (Zensus 2011) reduziert sich die Grundgesamtheit der ma um rund 1,3 Millionen Menschen. Wichtig ist, dass sich dies negativ auf die absoluten Reichweiten auswirken könnte, nicht jedoch auf die Reichweiten in Prozent.

	Gesamt						Männer						Frauen								
	ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I				
	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)
BILD am SONNTAG	12,5	8,66	12,5	8,82	-0,16	98	100	17,0	5,76	17,0	5,86	-0,10	98	100	8,2	2,90	8,2	2,95	-0,05	98	100
BUNTE	5,3	3,68	5,4	3,81	-0,13	97	98	2,4	0,81	2,7	0,92	-0,11	88	89	8,1	2,87	8,1	2,89	-0,02	99	100
Closer	0,9	0,61						0,2	0,07						1,5	0,54					
Gala	3,7	2,58	3,7	2,62	-0,04	98	100	0,7	0,24	0,7	0,26	-0,02	92	100	6,6	2,34	6,6	2,37	-0,03	99	100
Grazia	0,5	0,33	0,4	0,26	0,07	127	125	0,0	0,01	0,0	0,01	0,00	100	100	0,9	0,32	0,7	0,25	0,07	128	129
IN-DAS PREMIUM WEEKLY	1,0	0,71	1,0	0,74	-0,03	96	100	0,1	0,02	0,1	0,05	-0,03	40	100	1,9	0,68	1,9	0,69	-0,01	99	100
InTouch	1,4	0,98	1,4	0,99	-0,01	99	100	0,2	0,06	0,2	0,07	-0,01	86	100	2,6	0,92	2,6	0,92	0,00	100	100
OK!	0,9	0,60	0,9	0,60	0,00	100	100	0,1	0,05	0,2	0,06	-0,01	83	50	1,6	0,55	1,5	0,54	0,01	102	107
SUPERillu	3,4	2,35	3,6	2,54	-0,19	93	94	2,5	0,83	2,5	0,88	-0,05	94	100	4,3	1,52	4,6	1,66	-0,14	92	93
FOCUS	6,0	4,18	6,3	4,45	-0,27	94	95	8,2	2,77	8,6	2,97	-0,20	93	95	4,0	1,41	4,1	1,49	-0,08	95	98
DER SPIEGEL	8,8	6,11	8,7	6,13	-0,02	100	101	12,1	4,10	11,7	4,04	0,06	101	103	5,7	2,01	5,8	2,10	-0,09	96	98
stern	9,4	6,52	9,3	6,59	-0,07	99	101	11,2	3,80	10,9	3,77	0,03	101	103	7,7	2,72	7,9	2,83	-0,11	96	97
Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,1	0,78	1,1	0,76	0,02	103	100	1,5	0,50	1,2	0,41	0,09	122	125	0,8	0,29	1,0	0,35	-0,06	83	80
WELT am SONNTAG	1,3	0,89	1,3	0,90	-0,01	99	100	1,5	0,50	1,6	0,55	-0,05	91	94	1,1	0,38	1,0	0,36	0,02	106	110
DIE ZEIT	2,4	1,66	2,3	1,61	0,05	103	104	2,8	0,94	2,3	0,80	0,14	118	122	2,0	0,72	2,2	0,80	-0,08	90	91
Reader's Digest	1,6	1,08	1,6	1,14	-0,06	95	100	1,4	0,47	1,5	0,52	-0,05	90	93	1,7	0,61	1,7	0,62	-0,01	98	100
VIEW	1,1	0,79	1,2	0,83	-0,04	95	92	1,0	0,35	1,1	0,38	-0,03	92	91	1,3	0,44	1,2	0,45	-0,01	98	108
auf einen Blick	3,4	2,35	3,5	2,47	-0,12	95	97	2,3	0,79	2,5	0,86	-0,07	92	92	4,4	1,56	4,5	1,60	-0,04	98	98
BILD + FUNK	1,1	0,76	1,0	0,68	0,08	112	110	1,1	0,37	0,8	0,29	0,08	128	138	1,1	0,39	1,1	0,39	0,00	100	100
BILDWOCHE	0,6	0,40	0,6	0,39	0,01	103	100	0,5	0,16	0,6	0,19	-0,03	84	83	0,7	0,24	0,6	0,20	0,04	120	117
Fernsehwoche	2,4	1,64	2,4	1,72	-0,08	95	100	2,2	0,75	2,3	0,80	-0,05	94	96	2,5	0,89	2,6	0,92	-0,03	97	96
FUNK UHR	2,1	1,45	2,0	1,40	0,05	104	105	1,8	0,61	1,8	0,61	0,00	100	100	2,4	0,84	2,2	0,79	0,05	106	109
Gong	1,5	1,04	1,6	1,12	-0,08	93	94	1,3	0,43	1,6	0,54	-0,11	80	81	1,7	0,61	1,6	0,58	0,03	105	106
HÖRZU	5,4	3,74	5,4	3,82	-0,08	98	100	5,3	1,81	5,2	1,79	0,02	101	102	5,5	1,93	5,7	2,03	-0,10	95	96
Super TV	0,6	0,42	0,6	0,43	-0,01	98	100	0,5	0,17	0,6	0,20	-0,03	85	83	0,7	0,26	0,6	0,22	0,04	118	117
tv Hören und Sehen	4,7	3,23	4,6	3,21	0,02	101	102	4,3	1,47	4,1	1,43	0,04	103	105	5,0	1,76	4,9	1,78	-0,02	99	102
TV klar	1,3	0,92	1,3	0,89	0,03	103	100	1,3	0,44	1,3	0,45	-0,01	98	100	1,3	0,47	1,2	0,44	0,03	107	108
TV DIGITAL	5,6	3,87	5,7	4,00	-0,13	97	98	7,2	2,42	7,1	2,47	-0,05	98	101	4,1	1,45	4,3	1,54	-0,09	94	95
TV für mich	0,9	0,63	0,9	0,61	0,02	103	100	0,2	0,08	0,2	0,06	0,02	133	100	1,6	0,56	1,5	0,55	0,01	102	107
TV Movie	7,3	5,07	7,7	5,43	-0,36	93	95	8,1	2,75	8,2	2,83	-0,08	97	99	6,5	2,31	7,3	2,61	-0,30	89	89
TV SPIELFILM	7,2	5,00	7,1	5,03	-0,03	99	101	7,4	2,52	7,5	2,58	-0,06	98	99	7,0	2,48	6,8	2,44	0,04	102	103
TV TODAY	2,3	1,62	2,2	1,54	0,08	105	105	2,5	0,85	2,3	0,80	0,05	106	109	2,2	0,76	2,1	0,74	0,02	103	105
tv 14	10,1	6,98	10,3	7,28	-0,30	96	98	9,6	3,25	9,9	3,41	-0,16	95	97	10,5	3,73	10,8	3,87	-0,14	96	97
TVdirekt	3,0	2,05	3,1	2,16	-0,11	95	97	3,1	1,05	3,2	1,09	-0,04	96	97	2,8	1,00	3,0	1,06	-0,06	94	93
tv pur	2,2	1,53	2,2	1,58	-0,05	97	100	2,1	0,72	2,3	0,79	-0,07	91	91	2,3	0,81	2,2	0,79	0,02	103	105
Prisma	9,2	6,34	9,1	6,44	-0,10	98	101	8,3	2,81	8,2	2,83	-0,02	99	101	10,0	3,53	10,0	3,61	-0,08	98	100
rtv	14,9	10,33	15,4	10,89	-0,56	95	97	13,2	4,48	13,9	4,82	-0,34	93	95	16,5	5,86	16,9	6,08	-0,22	96	98

ma 2015 Pressemedien II - Zeitschriften (Index: ma 15 II - ma 15 I)

Durch die veränderte Hochrechnungsbasis (Zensus 2011) reduziert sich die Grundgesamtheit der ma um rund 1,3 Millionen Menschen. Wichtig ist, dass sich dies negativ auf die absoluten Reichweiten auswirken könnte, nicht jedoch auf die Reichweiten in Prozent.

	Gesamt						Männer						Frauen								
	ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I				
	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)
die aktuelle	2,8	1,92	2,7	1,90	0,02	101	104	0,9	0,29	1,0	0,33	-0,04	88	90	4,6	1,62	4,4	1,57	0,05	103	105
Avanti	0,5	0,36	0,5	0,36	0,00	100	100	0,0	0,02	0,1	0,05	-0,03	40	0	1,0	0,34	0,9	0,32	0,02	106	111
ECHO DER FRAU	1,3	0,92	1,5	1,04	-0,12	88	87	0,2	0,07	0,2	0,06	0,01	117	100	2,4	0,85	2,7	0,98	-0,13	87	89
frau aktuell	1,8	1,22	1,8	1,24	-0,02	98	100	0,2	0,07	0,2	0,07	0,00	100	100	3,3	1,15	3,3	1,17	-0,02	98	100
Frau mit Herz	0,9	0,63	0,8	0,60	0,03	105	113	0,1	0,03	0,1	0,05	-0,02	60	100	1,7	0,60	1,5	0,55	0,05	109	113
FRAU IM SPIEGEL	2,0	1,38	2,0	1,41	-0,03	98	100	0,2	0,08	0,2	0,08	0,00	100	100	3,7	1,30	3,7	1,33	-0,03	98	100
FREIZEIT REVUE	3,4	2,36	3,3	2,32	0,04	102	103	2,0	0,66	2,1	0,72	-0,06	92	95	4,8	1,70	4,5	1,60	0,10	106	107
FREIZEIT SPASS	1,1	0,75	1,0	0,73	0,02	103	110	0,7	0,25	0,7	0,26	-0,01	96	100	1,4	0,50	1,3	0,47	0,03	106	108
FREIZEITWOCHE	1,0	0,71	0,9	0,67	0,04	106	111	0,5	0,18	0,5	0,16	0,02	113	100	1,5	0,53	1,4	0,51	0,02	104	107
GLÜCKS REVUE	1,5	1,07	1,6	1,12	-0,05	96	94	1,0	0,35	1,1	0,39	-0,04	90	91	2,0	0,72	2,0	0,74	-0,02	97	100
DAS GOLDENE BLATT	2,3	1,57	2,3	1,65	-0,08	95	100	0,7	0,24	0,7	0,24	0,00	100	100	3,8	1,34	3,9	1,41	-0,07	95	97
mach mal Pause	1,0	0,66	1,0	0,74	-0,08	89	100	0,6	0,21	0,7	0,25	-0,04	84	86	1,3	0,45	1,4	0,49	-0,04	92	93
Mini	0,5	0,36	0,6	0,40	-0,04	90	83	0,2	0,07	0,2	0,08	-0,01	88	100	0,8	0,29	0,9	0,31	-0,02	94	89
das neue	0,5	0,32	0,6	0,42	-0,10	76	83	0,2	0,08	0,3	0,10	-0,02	80	67	0,7	0,25	0,9	0,32	-0,07	78	78
DAS NEUE BLATT	2,2	1,55	2,2	1,58	-0,03	98	100	0,6	0,19	0,6	0,22	-0,03	86	100	3,8	1,35	3,8	1,36	-0,01	99	100
DIE NEUE FRAU	0,3	0,19	0,3	0,24	-0,05	79	100	0,0	0,01	0,1	0,02	-0,01	50	0	0,5	0,18	0,6	0,22	-0,04	82	83
NEUE POST	3,0	2,05	3,2	2,26	-0,21	91	94	1,1	0,36	1,2	0,43	-0,07	84	92	4,8	1,68	5,1	1,84	-0,16	91	94
NEUE WELT	1,0	0,70	1,1	0,80	-0,10	88	91	0,4	0,12	0,4	0,15	-0,03	80	100	1,6	0,58	1,8	0,65	-0,07	89	89
neue woche	0,3	0,19	0,3	0,21	-0,02	90	100	0,1	0,02	0,1	0,04	-0,02	50	100	0,5	0,17	0,5	0,17	0,00	100	100
Schöne WOCHE	0,4	0,28	0,4	0,28	0,00	100	100	0,1	0,04	0,2	0,05	-0,01	80	50	0,7	0,25	0,6	0,23	0,02	109	117
Viel Spaß	0,9	0,61	0,9	0,65	-0,04	94	100	0,6	0,19	0,6	0,20	-0,01	95	100	1,2	0,41	1,3	0,45	-0,04	91	92
WOCHE der FRAU	0,4	0,31	0,4	0,31	0,00	100	100	0,1	0,03	0,1	0,05	-0,02	60	100	0,8	0,28	0,7	0,27	0,01	104	114
7 TAGE	0,7	0,48	0,7	0,48	0,00	100	100	0,3	0,10	0,3	0,11	-0,01	91	100	1,1	0,38	1,0	0,37	0,01	103	110
Alles für die Frau	0,9	0,64	1,0	0,72	-0,08	89	90	0,1	0,03	0,1	0,02	0,01	150	100	1,7	0,61	1,9	0,70	-0,09	87	89
bella	1,1	0,76	1,2	0,84	-0,08	90	92	0,1	0,03	0,1	0,03	0,00	100	100	2,1	0,73	2,3	0,82	-0,09	89	91
BILD der FRAU	8,3	5,72	7,9	5,60	0,12	102	105	0,9	0,29	0,7	0,26	0,03	112	129	15,3	5,43	14,9	5,35	0,08	101	103
Frau im Trend	0,9	0,60	1,0	0,68	-0,08	88	90	0,1	0,02	0,1	0,02	0,00	100	100	1,6	0,58	1,8	0,66	-0,08	88	89
tina	3,7	2,57	3,6	2,56	0,01	100	103	0,3	0,12	0,5	0,16	-0,04	75	60	6,9	2,45	6,7	2,40	0,05	102	103
FRAU von HEUTE	0,9	0,61	0,9	0,61	0,00	100	100	0,1	0,03	0,1	0,02	0,01	150	100	1,6	0,58	1,6	0,59	-0,01	98	100
Laura	1,1	0,79	1,2	0,86	-0,07	92	92	0,1	0,05	0,1	0,04	0,01	125	100	2,1	0,74	2,3	0,82	-0,08	90	91
Lea	0,8	0,57	1,0	0,68	-0,11	84	80	0,1	0,03	0,1	0,03	0,00	100	100	1,5	0,54	1,8	0,64	-0,10	84	83
Lisa	1,9	1,32	2,0	1,41	-0,09	94	95	0,1	0,04	0,1	0,05	-0,01	80	100	3,6	1,28	3,8	1,37	-0,09	93	95
Brigitte	3,7	2,53	3,6	2,54	-0,01	100	103	0,4	0,13	0,3	0,10	0,03	130	133	6,8	2,40	6,8	2,44	-0,04	98	100
freundin	2,7	1,84	2,6	1,87	-0,03	98	104	0,1	0,05	0,2	0,06	-0,01	83	50	5,1	1,80	5,0	1,81	-0,01	99	102
FÜR SIE	2,3	1,59	2,6	1,81	-0,22	88	88	0,2	0,05	0,2	0,06	-0,01	83	100	4,3	1,54	4,9	1,74	-0,20	89	88
Brigitte Woman	1,2	0,85	1,2	0,85	0,00	100	100	0,1	0,04	0,1	0,03	0,01	133	100	2,3	0,81	2,3	0,83	-0,02	98	100
burda style	0,8	0,57	0,9	0,67	-0,10	85	89	0,0	0,01	0,0	0,01	0,00	100	100	1,6	0,57	1,8	0,66	-0,09	86	89
COSMOPOLITAN	2,2	1,51	2,1	1,45	0,06	104	105	0,1	0,04	0,3	0,11	-0,07	36	33	4,1	1,47	3,7	1,35	0,12	109	111
DONNA	0,4	0,28	0,4	0,31	-0,03	90	100	0,0	0,01	0,0	0,01	0,00	100	100	0,8	0,27	0,8	0,30	-0,03	90	100
ELLE	1,0	0,68	0,9	0,63	0,05	108	111	0,0	0,01	0,0	0,02	-0,01	50	100	1,9	0,67	1,7	0,62	0,05	108	112
Frau im Leben	0,8	0,54	0,7	0,52	0,02	104	114	0,1	0,03	0,0	0,01	0,02	300	100	1,5	0,52	1,4	0,51	0,01	102	107
GLAMOUR	1,8	1,22	1,5	1,09	0,13	112	120	0,1	0,03	0,1	0,05	-0,02	60	100	3,4	1,19	2,9	1,04	0,15	114	117
InStyle	2,0	1,39	2,2	1,54	-0,15	90	91	0,2	0,06	0,2	0,06	0,00	100	100	3,8	1,33	4,1	1,48	-0,15	90	93
JOLIE	1,1	0,74	0,9	0,64	0,10	116	122	0,0	0,01	0,0	0,01	0,00	100	100	2,1	0,73	1,8	0,63	0,10	116	117
Joy	1,3	0,87	1,2	0,87	0,00	100	108	0,0	0,01	0,0	0,02	-0,01	50	100	2,4	0,87	2,4	0,85	0,02	102	100
Laviva	1,0	0,67	1,0	0,74	-0,07	91	100	0,2	0,07	0,2	0,06	0,01	117	100	1,7	0,60	1,9	0,67	-0,07	90	89
MADAME	0,5	0,38	0,5	0,37	0,01	103	100	0,0	0,00	0,0	0,01	-0,01	0	100	1,0	0,37	1,0	0,36	0,01	103	100
Maxi	1,0	0,67	0,9	0,63	0,04	106	111	0,1	0,02	0,0	0,01	0,01	200	100	1,8	0,65	1,7	0,61	0,04	107	106
Meins	0,8	0,58	0,8	0,57	0,01	102	100	0,1	0,02	0,0	0,01	0,01	200	100	1,6	0,56	1,6	0,56	0,00	100	100
myself	0,6	0,43	0,6	0,40	0,03	108	100	0,1	0,02	0,1	0,02	0,00	100	100	1,2	0,41	1,1	0,38	0,03	108	109
PETRA	1,6	1,09	1,6	1,11	-0,02	98	100	0,1	0,04	0,1	0,05	-0,01	80	100	3,0	1,06	3,0	1,06	0,00	100	100
Shape	0,4	0,26	0,3	0,24	0,02	108	133	0,0	0,01	0,0	0,01	0,00	100	100	0,7	0,25	0,7	0,23	0,02	109	100
VITAL	0,9	0,64	1,0	0,72	-0,08	89	90	0,3	0,12	0,4	0,14	-0,02	86	75	1,5	0,52	1,6	0,58	-0,06	90	94
VOGUE	1,5	1,01	1,4	0,99	0,02	102	107	0,1	0,03	0,1	0,05	-0,02	60	100	2,8	0,98	2,6	0,94	0,04	104	108
Women's Health	0,6	0,44	0,6	0,41	0,03	107	100	0,1	0,02	0,0	0,01	0,01	200	100	1,2	0,42	1,1	0,40	0,02	105	109

ma 2015 Pressemedien II - Zeitschriften (Index: ma 15 II - ma 15 I)

Durch die veränderte Hochrechnungsbasis (Zensus 2011) reduziert sich die Grundgesamtheit der ma um rund 1,3 Millionen Menschen. Wichtig ist, dass sich dies negativ auf die absoluten Reichweiten auswirken könnte, nicht jedoch auf die Reichweiten in Prozent.

	Gesamt						Männer						Frauen								
	ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I				
	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)
Eltern	1,5	1,06	1,4	0,99	0,07	107	107	0,6	0,21	0,6	0,20	0,01	105	100	2,4	0,85	2,2	0,79	0,06	108	109
Eltern family	0,6	0,42	0,6	0,41	0,01	102	100	0,2	0,07	0,2	0,07	0,00	100	100	1,0	0,35	0,9	0,34	0,01	103	111
family&co	0,5	0,34	0,5	0,35	-0,01	97	100	0,1	0,05	0,2	0,06	-0,01	83	50	0,8	0,29	0,8	0,30	-0,01	97	100
Leben & erziehen	0,5	0,36	0,5	0,37	-0,01	97	100	0,1	0,03	0,2	0,05	-0,02	60	50	0,9	0,33	0,9	0,32	0,01	103	100
BRAVO	1,0	0,72	1,0	0,70	0,02	103	100	0,7	0,24	0,6	0,21	0,03	114	117	1,4	0,48	1,4	0,49	-0,01	98	100
BRAVO GIRL!	0,6	0,39	0,5	0,39	0,00	100	120	0,1	0,02	0,1	0,02	0,00	100	100	1,1	0,37	1,0	0,36	0,01	103	110
POPCORN	0,4	0,29	0,5	0,32	-0,03	91	80	0,2	0,06	0,2	0,07	-0,01	86	100	0,6	0,23	0,7	0,25	-0,02	92	86
Gartenspaß	0,6	0,43	0,6	0,43	0,00	100	100	0,4	0,13	0,4	0,14	-0,01	93	100	0,8	0,30	0,8	0,29	0,01	103	100
Das Haus	2,0	1,41	2,0	1,41	0,00	100	100	2,2	0,76	2,2	0,75	0,01	101	100	1,8	0,65	1,8	0,65	0,00	100	100
Laura wohnen kreativ	0,3	0,19	0,3	0,19	0,00	100	100	0,1	0,03	0,0	0,02	0,01	150	100	0,5	0,16	0,5	0,18	-0,02	89	100
Lisa Blumen & Pflanzen	0,8	0,57	0,8	0,59	-0,02	97	100	0,1	0,03	0,1	0,03	0,00	100	100	1,5	0,54	1,6	0,56	-0,02	96	94
Lisa Wohnen & Dekorieren	0,6	0,45	0,7	0,51	-0,06	88	86	0,1	0,04	0,1	0,03	0,01	133	100	1,1	0,40	1,4	0,49	-0,09	82	79
Living at Home	0,7	0,50	0,6	0,41	0,09	122	117	0,2	0,08	0,1	0,04	0,04	200	200	1,2	0,42	1,0	0,37	0,05	114	120
Mein schöner Garten	3,2	2,22	3,0	2,11	0,11	105	107	2,4	0,82	2,2	0,77	0,05	106	109	4,0	1,40	3,7	1,34	0,06	104	108
SCHÖNER WOHNEN	2,4	1,69	2,7	1,88	-0,19	90	89	0,8	0,29	0,9	0,32	-0,03	91	89	4,0	1,41	4,3	1,56	-0,15	90	93
Wohnen & Garten	0,9	0,63	0,9	0,65	-0,02	97	100	0,3	0,12	0,4	0,14	-0,02	86	75	1,4	0,51	1,4	0,51	0,00	100	100
WOHNIDEE	0,9	0,60	0,8	0,56	0,04	107	113	0,3	0,10	0,2	0,09	0,01	111	150	1,4	0,50	1,3	0,48	0,02	104	108
ZUHAUSE WOHNEN	0,7	0,47	0,6	0,43	0,04	109	117	0,3	0,10	0,3	0,10	0,00	100	100	1,0	0,37	0,9	0,33	0,04	112	111
selbst ist der Mann	1,2	0,86	1,2	0,85	0,01	101	100	2,4	0,80	2,3	0,78	0,02	103	104	0,2	0,06	0,2	0,07	-0,01	86	100
ARD Buffet Magazin	0,7	0,47	0,7	0,49	-0,02	96	100	0,2	0,08	0,3	0,11	-0,03	73	67	1,1	0,39	1,1	0,38	0,01	103	100
essen&trinken	1,4	0,99	1,6	1,14	-0,15	87	88	0,6	0,19	0,6	0,21	-0,02	90	100	2,2	0,80	2,6	0,93	-0,13	86	85
essen&trinken Für jeden Tag	0,4	0,26	0,5	0,35	-0,09	74	80	0,2	0,06	0,2	0,07	-0,01	86	100	0,6	0,20	0,8	0,28	-0,08	71	75
kochen & genießen	0,5	0,33	0,5	0,37	-0,04	89	100	0,2	0,06	0,3	0,09	-0,03	67	67	0,8	0,27	0,8	0,28	-0,01	96	100
LECKER	0,7	0,48	0,7	0,47	0,01	102	100	0,3	0,09	0,2	0,07	0,02	129	150	1,1	0,39	1,1	0,41	-0,02	95	100
Lisa Kochen & Backen	1,3	0,88	1,3	0,95	-0,07	93	100	0,1	0,05	0,2	0,07	-0,02	71	50	2,4	0,83	2,5	0,88	-0,05	94	96
meine Familie & ich	1,3	0,90	1,4	0,99	-0,09	91	93	0,2	0,07	0,3	0,09	-0,02	78	67	2,4	0,83	2,5	0,91	-0,08	91	96
REZEPTE PUR	0,5	0,32	0,4	0,29	0,03	110	125	0,2	0,06	0,1	0,04	0,02	150	200	0,7	0,26	0,7	0,25	0,01	104	100
TINA KOCH&BACK-IDEEN	1,4	0,99	1,3	0,93	0,06	106	108	0,2	0,06	0,2	0,08	-0,02	75	100	2,6	0,93	2,4	0,85	0,08	109	108
CINEMA	0,8	0,56	0,8	0,59	-0,03	95	100	0,9	0,29	0,8	0,29	0,00	100	113	0,8	0,27	0,8	0,30	-0,03	90	100
FIT FOR FUN	1,8	1,26	2,0	1,38	-0,12	91	90	1,3	0,44	1,4	0,50	-0,06	88	93	2,3	0,82	2,4	0,88	-0,06	93	96
GO	0,8	0,56	0,7	0,50	0,06	112	114	1,4	0,49	1,2	0,41	0,08	120	117	0,2	0,07	0,2	0,09	-0,02	78	100
Men's Health	1,6	1,10	1,6	1,16	-0,06	95	100	2,8	0,96	2,8	0,98	-0,02	98	100	0,4	0,13	0,5	0,18	-0,05	72	80
NEON	1,1	0,77	1,0	0,74	0,03	104	110	1,3	0,43	1,0	0,35	0,08	123	130	1,0	0,34	1,1	0,39	-0,05	87	91
Playboy	1,4	0,96	1,5	1,07	-0,11	90	93	2,6	0,89	2,8	0,96	-0,07	93	93	0,2	0,07	0,3	0,11	-0,04	64	67
AUTO BILD	4,2	2,90	4,0	2,84	0,06	102	105	8,2	2,78	7,9	2,73	0,05	102	104	0,3	0,12	0,3	0,11	0,01	109	100
auto motor und sport	3,0	2,09	3,0	2,15	-0,06	97	100	5,8	1,98	5,8	2,02	-0,04	98	100	0,3	0,11	0,4	0,13	-0,02	85	75
AUTO ZEITUNG	0,9	0,65	0,9	0,64	0,01	102	100	1,9	0,63	1,8	0,62	0,01	102	106	0,1	0,02	0,1	0,03	-0,01	67	100
AUTOStraßenverkehr	0,6	0,40	0,5	0,38	0,02	105	120	1,1	0,37	1,0	0,34	0,03	109	110	0,1	0,02	0,1	0,03	-0,01	67	100
ACE LENKRAD	1,4	0,99	1,3	0,94	0,05	105	108	2,3	0,79	2,1	0,71	0,08	111	110	0,6	0,19	0,6	0,23	-0,04	83	100
ADAC Motorwelt	21,8	15,13	22,0	15,53	-0,40	97	99	33,1	11,18	33,2	11,49	-0,31	97	100	11,1	3,95	11,2	4,04	-0,09	98	99
AUTO BILD SPORTSCARS	0,5	0,34	0,4	0,27	0,07	126	125	1,0	0,32	0,7	0,25	0,07	128	143	0,0	0,01	0,0	0,02	-0,01	50	50
AUTO TEST	0,6	0,45	0,7	0,48	-0,03	94	86	1,2	0,41	1,2	0,42	-0,01	98	100	0,1	0,03	0,2	0,06	-0,03	50	50
sport auto	0,6	0,41	0,5	0,37	0,04	111	120	1,1	0,38	1,0	0,35	0,03	109	110	0,1	0,03	0,1	0,02	0,01	150	100
MOTORRAD	1,1	0,78	1,1	0,75	0,03	104	100	2,1	0,70	2,0	0,68	0,02	103	105	0,2	0,08	0,2	0,07	0,01	114	100
kicker-sportmagazin	4,3	2,97	4,3	3,05	-0,08	97	100	8,5	2,88	8,5	2,93	-0,05	98	100	0,2	0,09	0,3	0,12	-0,03	75	67
SPORT BILD	6,0	4,14	5,9	4,15	-0,01	100	102	11,8	4,00	11,6	4,01	-0,01	100	102	0,4	0,14	0,4	0,14	0,00	100	100
11 Freunde	1,1	0,79	1,3	0,88	-0,09	90	85	2,1	0,72	2,3	0,78	-0,06	92	91	0,2	0,07	0,3	0,10	-0,03	70	67

ma 2015 Pressemedien II - Zeitschriften (Index: ma 15 II - ma 15 I)

Durch die veränderte Hochrechnungsbasis (Zensus 2011) reduziert sich die Grundgesamtheit der ma um rund 1,3 Millionen Menschen. Wichtig ist, dass sich dies negativ auf die absoluten Reichweiten auswirken könnte, nicht jedoch auf die Reichweiten in Prozent.

	Gesamt							Männer							Frauen						
	ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I			ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I			ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		
	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)
Ein HERZ für Tiere	1,7	1,17	1,6	1,14	0,03	103	106	0,9	0,32	0,9	0,32	0,00	100	100	2,4	0,85	2,3	0,83	0,02	102	104
GEO	4,6	3,17	4,5	3,19	-0,02	99	102	5,7	1,91	5,4	1,85	0,06	103	106	3,6	1,26	3,7	1,33	-0,07	95	97
GEOSAISSON	0,8	0,59	0,8	0,59	0,00	100	100	0,9	0,32	1,0	0,36	-0,04	89	90	0,8	0,27	0,7	0,24	0,03	113	114
NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND	1,8	1,28	1,9	1,34	-0,06	96	95	2,5	0,85	2,6	0,88	-0,03	97	96	1,2	0,43	1,3	0,46	-0,03	93	92
P.M. Magazin	1,6	1,12	1,6	1,11	0,01	101	100	2,5	0,84	2,6	0,91	-0,07	92	96	0,8	0,28	0,6	0,20	0,08	140	133
Welt der Wunder	2,1	1,49	2,1	1,46	0,03	102	100	3,1	1,04	3,0	1,02	0,02	102	103	1,3	0,44	1,2	0,43	0,01	102	108
Wunderwelt Wissen	1,2	0,87	1,1	0,77	0,10	113	109	1,9	0,63	1,6	0,55	0,08	115	119	0,7	0,23	0,6	0,21	0,02	110	117
COMPUTER BILD	4,1	2,86	4,4	3,09	-0,23	93	93	7,3	2,48	7,6	2,62	-0,14	95	96	1,1	0,38	1,3	0,47	-0,09	81	85
CHIP	2,7	1,88	2,7	1,92	-0,04	98	100	4,9	1,67	4,8	1,67	0,00	100	102	0,6	0,22	0,7	0,25	-0,03	88	86
COMPUTER BILD SPIELE	2,2	1,50	2,5	1,74	-0,24	86	88	3,9	1,31	4,4	1,52	-0,21	86	89	0,5	0,19	0,6	0,22	-0,03	86	83
AUDIO VIDEO FOTO BILD	0,6	0,42	0,6	0,39	0,03	108	100	1,1	0,36	1,0	0,34	0,02	106	110	0,2	0,06	0,1	0,05	0,01	120	200
CHIP FOTO-VIDEO	0,4	0,25	0,4	0,27	-0,02	93	100	0,7	0,23	0,7	0,23	0,00	100	100	0,1	0,02	0,1	0,04	-0,02	50	100
OKO-TEST	2,2	1,51	2,0	1,44	0,07	105	110	1,9	0,64	1,8	0,62	0,02	103	106	2,5	0,87	2,3	0,81	0,06	107	109
FOCUS-MONEY	0,8	0,54	0,7	0,49	0,05	110	114	1,3	0,44	1,2	0,41	0,03	107	108	0,3	0,09	0,2	0,09	0,00	100	150
Wirtschaftswoche	1,2	0,80	1,1	0,77	0,03	104	109	2,1	0,71	1,8	0,63	0,08	113	117	0,3	0,09	0,4	0,14	-0,05	64	75
Capital	1,1	0,78	1,3	0,90	-0,12	87	85	2,0	0,67	2,2	0,77	-0,10	87	91	0,3	0,11	0,4	0,13	-0,02	85	75
Guter Rat	1,4	0,98	1,5	1,06	-0,08	92	93	1,6	0,53	1,8	0,61	-0,08	87	89	1,3	0,45	1,3	0,46	-0,01	98	100
manager magazin	0,9	0,61	0,8	0,58	0,03	105	113	1,5	0,52	1,3	0,46	0,06	113	115	0,3	0,10	0,3	0,12	-0,02	83	100
B.Z. am Sonntag	0,4	0,29	0,5	0,32	-0,03	91	80	0,5	0,18	0,5	0,18	0,00	100	100	0,3	0,10	0,4	0,14	-0,04	71	75
Kino (PR und Forschungsgesellschaft Werbung im Kino mbH)	3,3	2,28	3,3	2,35	-0,07	97	100	3,5	1,17	3,7	1,27	-0,10	92	95	3,1	1,11	3,0	1,08	0,03	103	103
Lesezirkel	16,7	11,59	16,3	11,49	0,10	101	102	14,2	4,82	13,8	4,76	0,06	101	103	19,1	6,77	18,7	6,73	0,04	101	102

ma 2015 Pressemedien II - Zeitschriften (Index: ma 15 II - ma 15 I)

Durch die veränderte Hochrechnungsbasis (Zensus 2011) reduziert sich die Grundgesamtheit der ma um rund 1,3 Millionen Menschen. Wichtig ist, dass sich dies negativ auf die absoluten Reichweiten auswirken könnte, nicht jedoch auf die Reichweiten in Prozent.

	Gesamt						Männer						Frauen								
	ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I		ma 2015 II		ma 2015 I		ma 2015 II vs. ma 2015 I				
	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)	%	Mio.	%	Mio.	+/- abs.	Index (abs.)	Index (%)
Aktiv Frauen Plus	1,5	1,04	1,7	1,20	-0,16	87	88	0,2	0,08	0,3	0,10	-0,02	80	67	2,7	0,96	3,1	1,10	-0,14	87	87
AS-AUTO CONNEX	4,7	3,25	4,6	3,22	0,03	101	102	9,2	3,10	8,8	3,06	0,04	101	105	0,4	0,15	0,5	0,16	-0,01	94	80
AS-MÄNNER CONNEX	9,3	6,43	9,1	6,40	0,03	100	102	18,3	6,17	17,8	6,15	0,02	100	103	0,7	0,26	0,7	0,25	0,01	104	100
AS-SUPER MÄNNER CONNEX 1	12,3	8,51	12,3	8,70	-0,19	98	100	23,3	7,88	23,1	7,99	-0,11	99	101	1,8	0,64	2,0	0,71	-0,07	90	90
AS-SUPER MÄNNER CONNEX 2	14,0	9,69	14,2	10,04	-0,35	97	99	22,9	7,76	22,9	7,94	-0,18	98	100	5,4	1,93	5,9	2,10	-0,17	92	92
AS-SUPER MÄNNER CONNEX 3	12,5	8,67	12,8	9,00	-0,33	96	98	20,0	6,75	20,0	6,92	-0,17	98	100	5,4	1,91	5,8	2,07	-0,16	92	93
AS-SUPER MÄNNER CONNEX 4	14,0	9,71	13,9	9,83	-0,12	99	101	23,7	8,01	23,3	8,06	-0,05	99	102	4,8	1,70	4,9	1,77	-0,07	96	98
AS-SUPER MÄNNER CONNEX Plus	16,7	11,55	16,8	11,88	-0,33	97	99	28,1	9,50	28,0	9,68	-0,18	98	100	5,8	2,04	6,1	2,20	-0,16	93	95
AS-TOP-MÄNNER-KOMBI	6,0	4,17	6,5	4,56	-0,39	91	92	10,6	3,58	11,2	3,88	-0,30	92	95	1,7	0,59	1,9	0,68	-0,09	87	89
B.Z.-Sonntagskombi	0,8	0,58	0,9	0,63	-0,05	92	89	0,9	0,32	0,9	0,32	0,00	100	100	0,7	0,26	0,9	0,31	-0,05	84	78
Basis Programm	11,6	8,03	11,6	8,19	-0,16	98	100	10,1	3,41	10,1	3,50	-0,09	97	100	13,1	4,62	13,0	4,69	-0,07	99	101
BAUER BEST AGE Kombi	7,7	5,30	8,1	5,70	-0,40	93	95	3,1	1,03	3,4	1,19	-0,16	87	91	12,0	4,26	12,5	4,51	-0,25	94	96
BAUER FOOD KOMBINATION	2,9	2,00	2,8	1,94	0,06	103	104	0,7	0,24	0,7	0,26	-0,02	92	100	5,0	1,76	4,7	1,68	0,08	105	106
BILD am SONNTAG / Deutschland-GES (incl. B.Z. a.S.)	12,8	8,89	12,9	9,09	-0,20	98	99	17,5	5,90	17,4	6,01	-0,11	98	101	8,4	2,99	8,6	3,08	-0,09	97	98
BURDA ENTERTAINMENT KOMBI	6,2	4,30	6,2	4,37	-0,07	98	100	3,8	1,29	4,1	1,41	-0,12	91	93	8,5	3,01	8,3	2,97	0,04	101	102
BURDA FREIZEIT KOMBI	4,7	3,22	4,6	3,25	-0,03	99	102	2,8	0,95	3,0	1,05	-0,10	90	93	6,4	2,27	6,1	2,20	0,07	103	105
BURDA SUPER ENTERTAINMENT TREND	9,8	6,76	10,0	7,06	-0,30	96	98	6,0	2,04	6,3	2,18	-0,14	94	95	13,3	4,71	13,6	4,88	-0,17	97	98
BURDA SUPER FREIZEIT	7,7	5,34	7,9	5,55	-0,21	96	97	5,1	1,73	5,4	1,86	-0,13	93	94	10,2	3,62	10,3	3,69	-0,07	98	99
BURDA WEEKLY POWER	15,5	10,72	15,9	11,22	-0,50	96	97	8,2	2,76	8,7	3,00	-0,24	92	94	22,5	7,96	22,9	8,22	-0,26	97	98
Businesskombi Berlin Premium	3,2	2,23	3,1	2,21	0,02	101	103	3,9	1,33	3,5	1,22	0,11	109	111	2,5	0,89	2,7	0,98	-0,09	91	93
Businesskombi Premium	2,9	2,01	2,9	2,02	-0,01	100	100	3,6	1,23	3,3	1,13	0,10	109	109	2,2	0,78	2,5	0,89	-0,11	88	88
CC FREIZEIT	5,8	4,02	6,1	4,30	-0,28	93	95	2,2	0,75	2,4	0,83	-0,08	90	94	9,2	3,27	9,7	3,47	-0,20	94	95
CHIP Digital Imaging Kombi	3,0	2,06	3,0	2,11	-0,05	98	100	5,4	1,82	5,3	1,83	-0,01	99	102	0,7	0,23	0,8	0,28	-0,05	82	88
CONSUMER COMBINATION	4,6	3,18	4,9	3,43	-0,25	93	94	1,5	0,51	1,8	0,61	-0,10	84	83	7,5	2,67	7,9	2,82	-0,15	95	95
Flower Power-Kombination I	3,9	2,72	3,7	2,64	0,08	103	105	2,5	0,84	2,3	0,80	0,04	105	109	5,3	1,87	5,1	1,85	0,02	101	104
Flower Power-Kombination II	4,4	3,03	4,2	2,97	0,06	102	105	2,8	0,96	2,6	0,91	0,05	105	108	5,9	2,08	5,7	2,05	0,03	101	104
FOCUS-BlueChip-Kombi	6,7	4,62	6,9	4,83	-0,21	96	97	9,2	3,12	9,5	3,28	-0,16	95	97	4,2	1,50	4,3	1,56	-0,06	96	98
Frauen Premium Kombi	2,2	1,49	2,2	1,52	-0,03	98	100	0,5	0,17	0,6	0,22	-0,05	77	83	3,7	1,32	3,6	1,30	0,02	102	103
Frauen Premium Kombi Plus	2,9	2,03	3,1	2,16	-0,13	94	94	0,6	0,20	0,7	0,25	-0,05	80	86	5,2	1,83	5,3	1,91	-0,08	96	98
FUNKE BEST LIFE KOMBI	11,5	7,94	11,8	8,32	-0,38	95	97	4,6	1,55	4,7	1,64	-0,09	95	98	18,1	6,40	18,6	6,68	-0,28	96	97
FUNKE BESTSELLER PROGRAMM KOMBI	8,5	5,89	8,7	6,13	-0,24	96	98	10,2	3,45	10,2	3,54	-0,09	97	100	6,9	2,44	7,2	2,59	-0,15	94	96
FUNKE FRAUEN KOMBI AKTUELL	11,6	8,05	11,4	8,02	0,03	100	102	1,9	0,63	1,8	0,64	-0,01	98	106	20,9	7,42	20,5	7,38	0,04	101	102
FUNKE FRAUEN KOMBI SERVICE	9,0	6,23	8,6	6,08	0,15	102	105	1,1	0,37	0,9	0,31	0,06	119	122	16,6	5,87	16,1	5,77	0,10	102	103
FUNKE MILLIONEN KOMBI	21,5	14,89	21,5	15,16	-0,27	98	100	10,3	3,47	10,1	3,50	-0,03	99	102	32,3	11,43	32,4	11,66	-0,23	98	100
FUNKE PEOPLE POWER	4,5	3,13	4,5	3,14	-0,01	100	100	1,1	0,36	1,2	0,40	-0,04	90	92	7,8	2,77	7,6	2,74	0,03	101	103
FUNKE PREMIUM PROGRAMM KOMBI	7,9	5,49	7,9	5,58	-0,09	98	100	7,6	2,58	7,5	2,59	-0,01	100	101	8,2	2,91	8,3	2,99	-0,08	97	99
FUNKE WASO-FRAUEN-VIER	5,4	3,77	5,8	4,10	-0,33	92	93	1,3	0,45	1,4	0,48	-0,03	94	93	9,4	3,32	10,1	3,62	-0,30	92	93
FUNKE WOMEN'S BEST KOMBI	9,4	6,48	9,7	6,84	-0,36	95	97	2,3	0,79	2,5	0,85	-0,06	93	92	16,0	5,68	16,7	5,99	-0,31	95	96
Gong plus +	2,6	1,79	2,5	1,79	0,00	100	104	2,4	0,80	2,4	0,83	-0,03	96	100	2,8	0,99	2,7	0,97	0,02	102	104
HALL OF FAME (IN & OKI)	1,8	1,23	1,8	1,27	-0,04	97	100	0,2	0,07	0,3	0,11	-0,04	64	67	3,3	1,15	3,2	1,16	-0,01	99	103
Klambt Programm Weekly	3,3	2,27	3,1	2,20	0,07	103	106	2,8	0,93	2,9	1,00	-0,07	93	97	3,8	1,33	3,3	1,20	0,13	111	115
Klambt Super Mega Kombi	6,0	4,16	6,0	4,25	-0,09	98	100	3,3	1,13	3,6	1,24	-0,11	91	92	8,5	3,03	8,4	3,02	0,01	100	101
Klassik Frauen 2	1,5	1,07	1,5	1,04	0,03	103	100	0,4	0,13	0,5	0,16	-0,03	81	80	2,6	0,93	2,5	0,88	0,05	106	104
Kluge Köpfe Kombi	1,9	1,30	1,9	1,36	-0,06	96	100	2,4	0,82	2,3	0,78	0,04	105	104	1,3	0,48	1,6	0,58	-0,10	83	81
LISA TREND KOMBI	2,7	1,87	2,9	2,03	-0,16	92	93	0,2	0,06	0,2	0,06	0,00	100	100	5,1	1,81	5,5	1,97	-0,16	92	93
MÄNNER-FASZINATION	3,9	2,71	3,9	2,78	-0,07	97	100	7,5	2,52	7,5	2,58	-0,06	98	100	0,5	0,18	0,5	0,19	-0,01	95	100
tina bella Laura Kombination	5,4	3,77	5,6	3,94	-0,17	96	96	0,5	0,18	0,6	0,22	-0,04	82	83	10,1	3,59	10,3	3,72	-0,13	97	98
tina plus	4,6	3,16	4,6	3,25	-0,09	97	100	0,4	0,14	0,5	0,18	-0,04	78	80	8,5	3,02	8,5	3,07	-0,05	98	100
tina-bella-Laura-Alles für die Frau-Kombination	6,2	4,29	6,4	4,52	-0,23	95	97	0,6	0,21	0,7	0,24	-0,03	88	86	11,5	4,08	11,9	4,28	-0,20	95	97
TV Movie & tv14 Kombi	17,3	11,95	17,9	12,61	-0,66	95	97	17,6	5,95	17,9	6,18	-0,23	96	98	16,9	6,00	17,9	6,43	-0,43	93	94
TV Spielfilm plus	9,5	6,57	9,3	6,53	0,04	101	102	9,9	3,36	9,7	3,36	0,00	100	102	9,1	3,22	8,8	3,17	0,05	102	103
DIE WELT Gesamt/WELT am SONNTAG	2,1	1,44	2,1	1,48	-0,04	97	100	2,5	0,86	2,7	0,92	-0,06	93	93	1,6	0,58	1,6	0,56	0,02	104	100