



FREIZEIT REVUE - DIE NR. 1 FÜR FREIZEIT UND GUTE UNTERHALTUNG

WARUM FREIZEIT REVUE?

- ✓ Auflagenstärkster Titel im Segment der wöchentlichen, unterhaltenden Frauenzeitschriften: FREIZEIT REVUE behauptet seit fast 50 Jahren seine Position als Marktführer.
- ✓ Besitzt die größte Markenbekanntheit unter allen wöchentlichen, unterhaltenden Frauenzeitschriften und setzt sich am Kiosk jede Woche gegen 25 Freizeit Plagiate durch.
- ✓ Hat die meisten Abonnenten aller wöchentlichen Frauenzeitschriften (113 Tex.), d.h. die markentreuesten Leser.

USP

FREIZEIT REVUE ist die größte und aus Lesersicht qualitativ beste wöchentliche, unterhaltende Frauenzeitschrift Deutschlands. Für keine andere Frauenzeitschrift wird im Einzelverkauf mehr Geld ausgegeben: 44 Mio. € im Jahr (das sind 7 Mio. € mehr als für Bild der Frau).

KERNDATEN

Erscheinungsweise: **wöchentlich**

Erscheinungstag: **Mittwoch**

Copypreis: **1,80 €**

Grundpreis (1/1 Seite 4c): **21.070 €^{1.)}**

Gesamtreichweite: **2,03 Mio.^{2.)}**

Verkaufte Auflage: **631.632^{3.)}**

Chefredakteur: **Kai Winckler**

Quellen: ¹⁾ Preise gültig ab 01.01.2018., ²⁾ ma 2018 II, ³⁾ IVW III/18

LESERSCHAFTSPROFIL

	Mio.	Prozent	Index
Gesamt	2,03	100,0	
Geschlecht			
Männer	0,52	25,5	52
Frauen	1,51	74,5	147
Alter			
14-19 Jahre	0,01	0,3	4
20-29 Jahre	0,06	2,8	20
30-39 Jahre	0,11	5,4	38
40-49 Jahre	0,19	9,4	59
50-59 Jahre	0,42	20,8	114
60 Jahre +	1,24	61,4	200
60-69 Jahre	0,45	22,2	166
>= 70 Jahre	0,80	39,2	226
Ausbildung			
Schüler in allgemeinbild. Schulen	4,00	0,2	0
Haupt- / Volksschule o. Lehre	0,23	11,3	144
Haupt- / Volksschule mit Lehre	1,00	49,1	185
Weiterführ. Schule o. Abitur	0,60	29,8	100
Fach-/Hochschulreife o. Studium	0,08	3,9	28
Fach-/Hochschulreife mit Studium	0,12	5,7	33
HH Nettoeinkommen			
Bis unter 1.000 EUR	0,17	8,6	113
1.000 - unter 1.250 EUR	0,16	8,1	183
1.250 - unter 1.500 EUR	0,23	11,2	159
1.500 - unter 2.000 EUR	0,41	20,2	157
2.000 - unter 2.500 EUR	0,34	16,7	118
2.500 - unter 3.000 EUR	0,24	11,7	104
3.000 EUR und mehr	0,48	23,6	55

Quelle: ma 2018 II