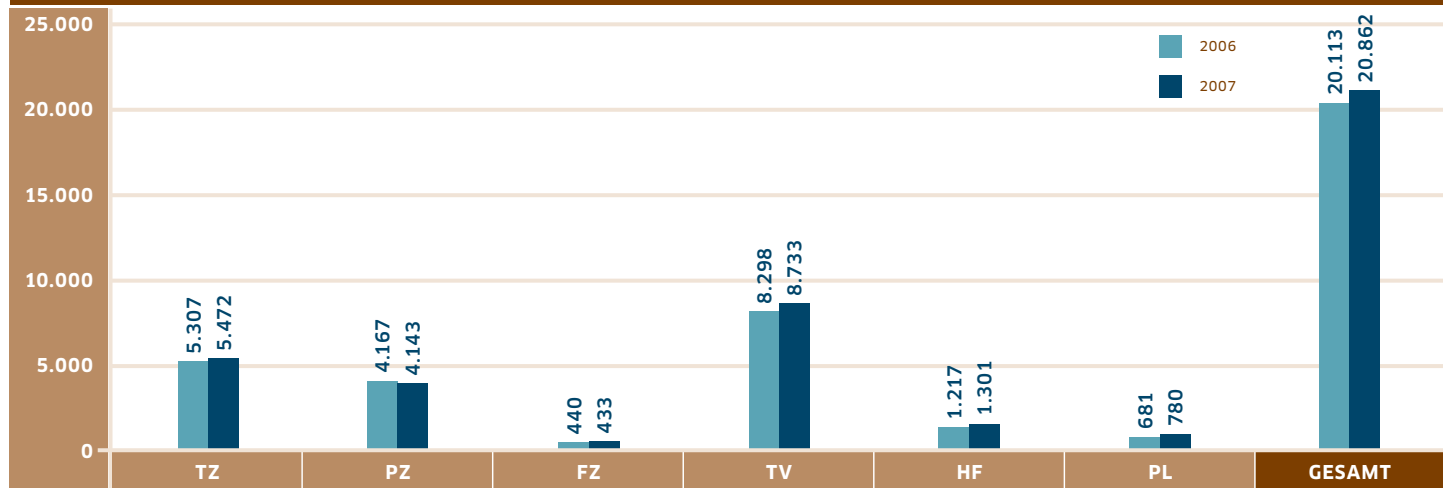


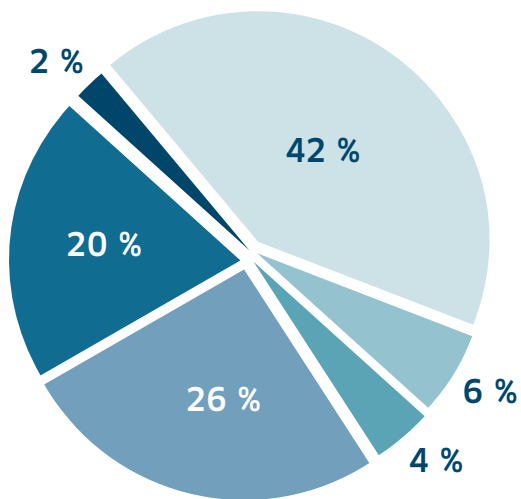
# Publikumszeitschriften

ENTWICKLUNG DER BRUTTOWERBEAUSGABEN BEI DEN KLASSISCHEN MEDIEN (IN MIO. EURO)

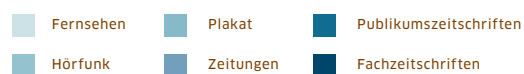


Quelle: Nielsen Media Research

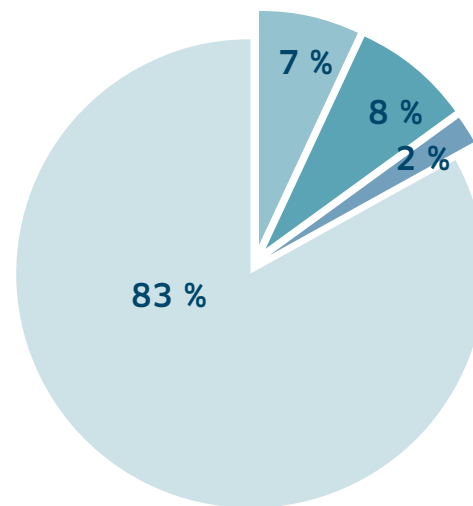
MARKTANTEILE DER KLASSISCHEN MEDIEN IN 2007



Quelle: Nielsen Media Research



ANZEIGENSTRUKTUR DER PZ IN 2007

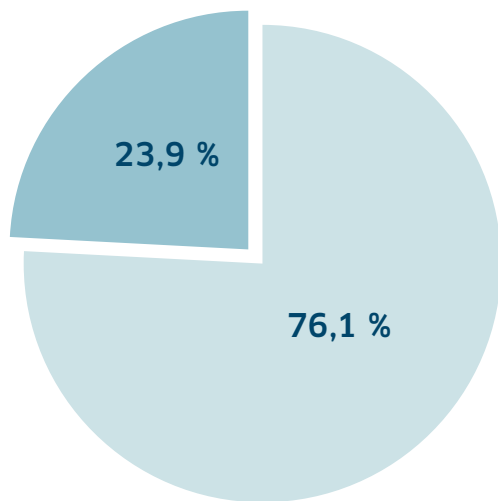


Quelle: VDZ-ZAS





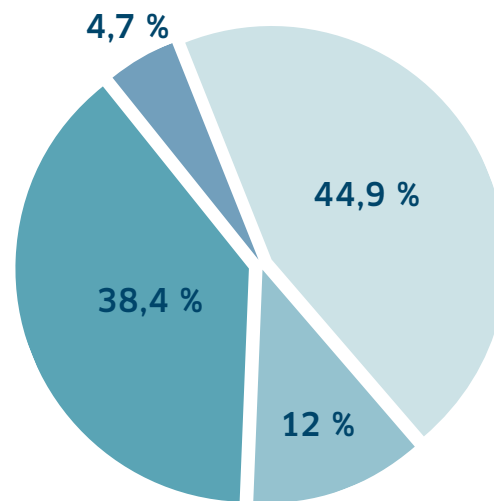
### HEFTSTRUKTUR DER PZ IN 2007



Quelle: VDZ-ZAS

- Redaktion
- Anzeigen

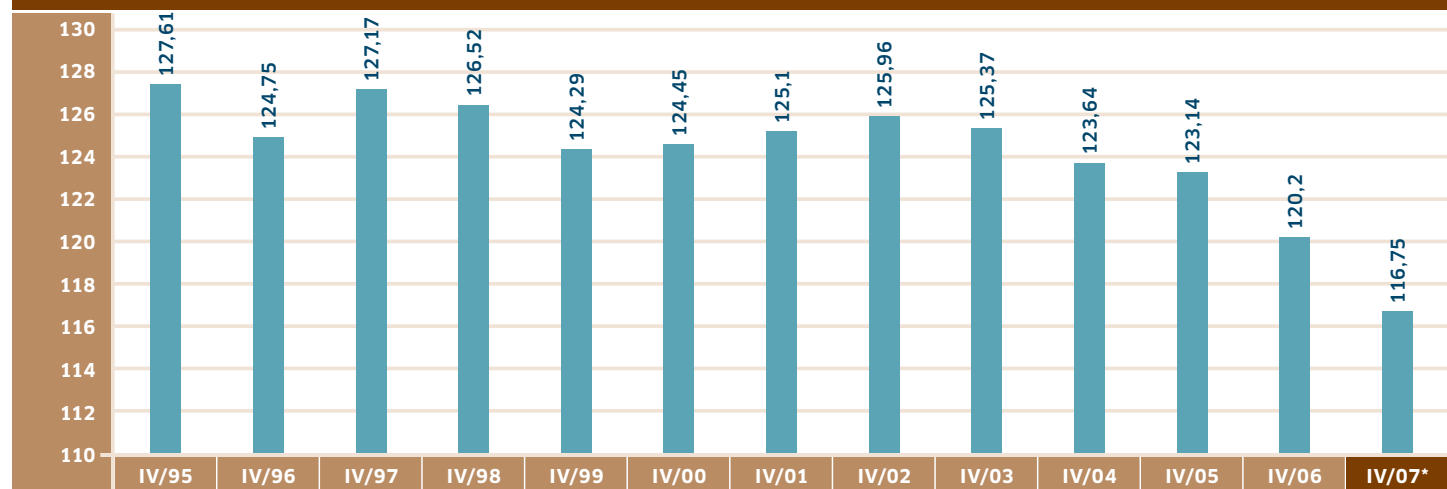
### AUFLAGENSTRUKTUR DER PZ/IV. QUARTAL 2007



Quelle: IVW

- Einzelverkauf
- Abonnierte Stücke
- Lesezirkel
- Sonstiger Verkauf (inkl Bordex.)

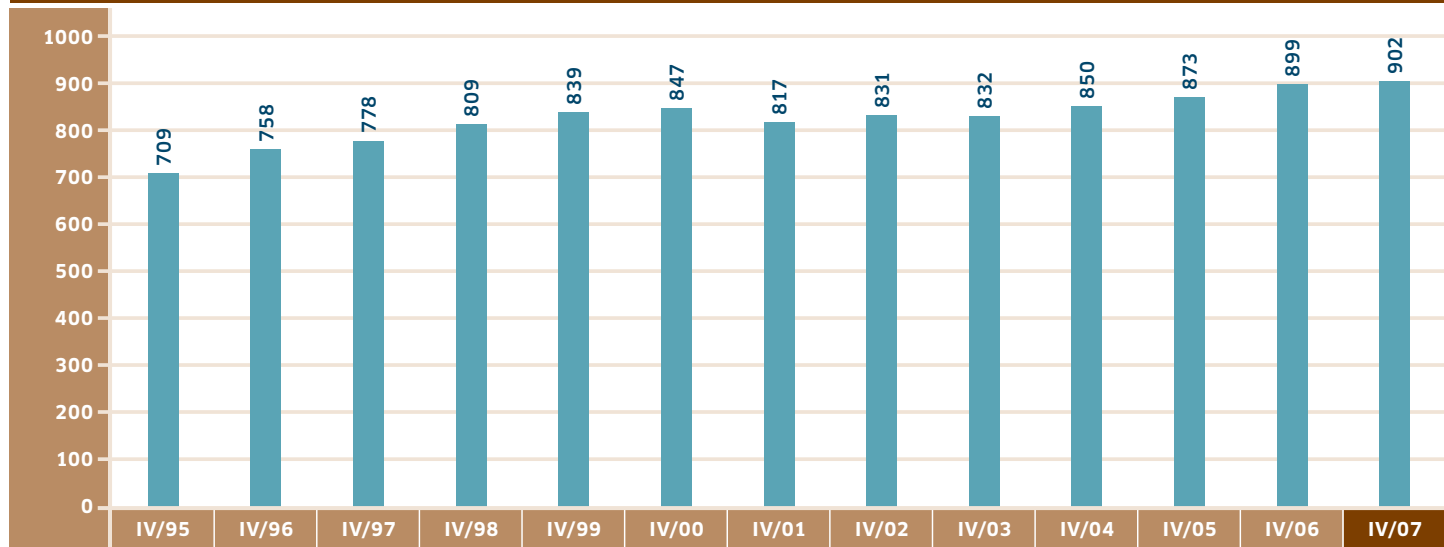
### AUFLAGENENTWICKLUNG DER PZ (AUFLAGE IN MIO. EXEMPLAREN/IV. QUARTAL)



Quelle: IVW /\* Austritt eines Magazins mit rund 2. Mio. Auflage

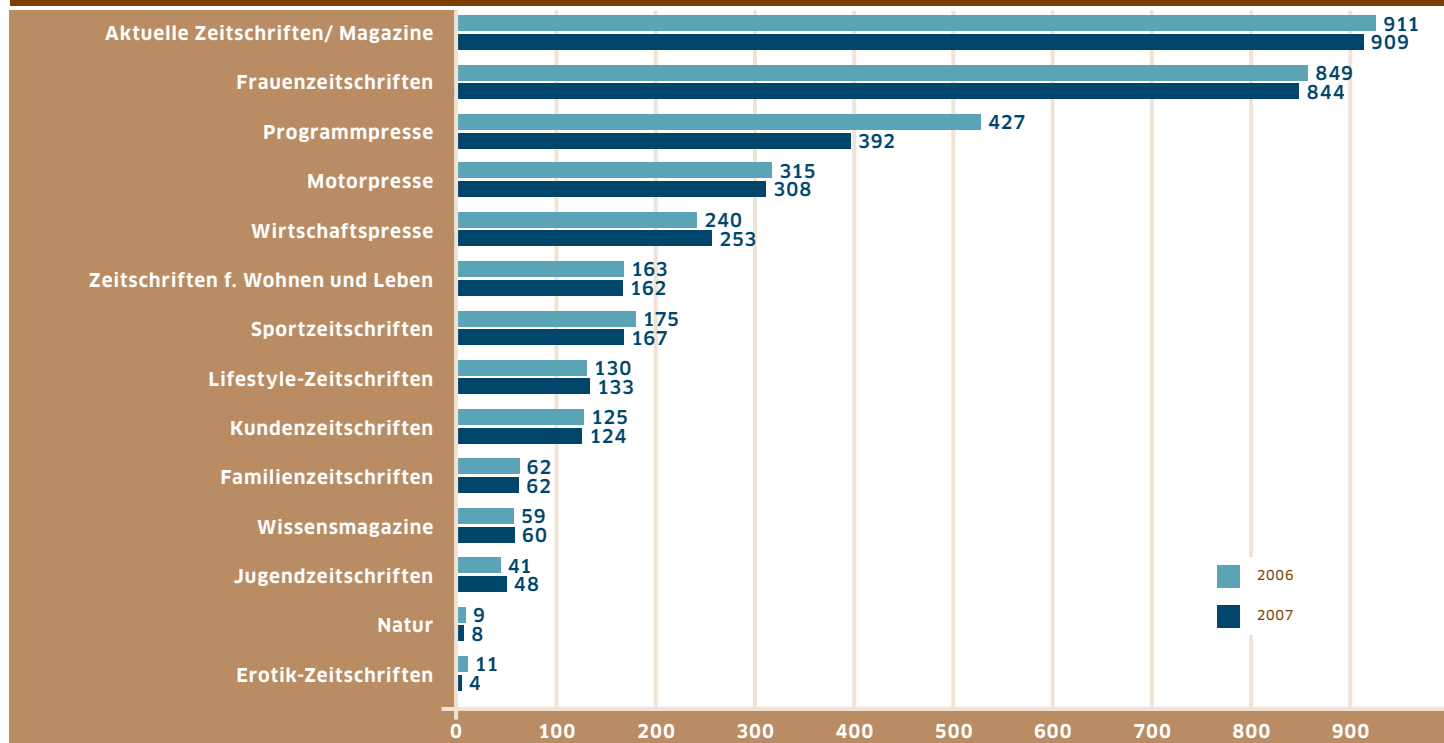


### TITELNENTWICKLUNG DER IVW ANGESCHLOSSENEN PZ (ANZAHL DER TITEL/IV. QUARTAL)



Quelle: IVW

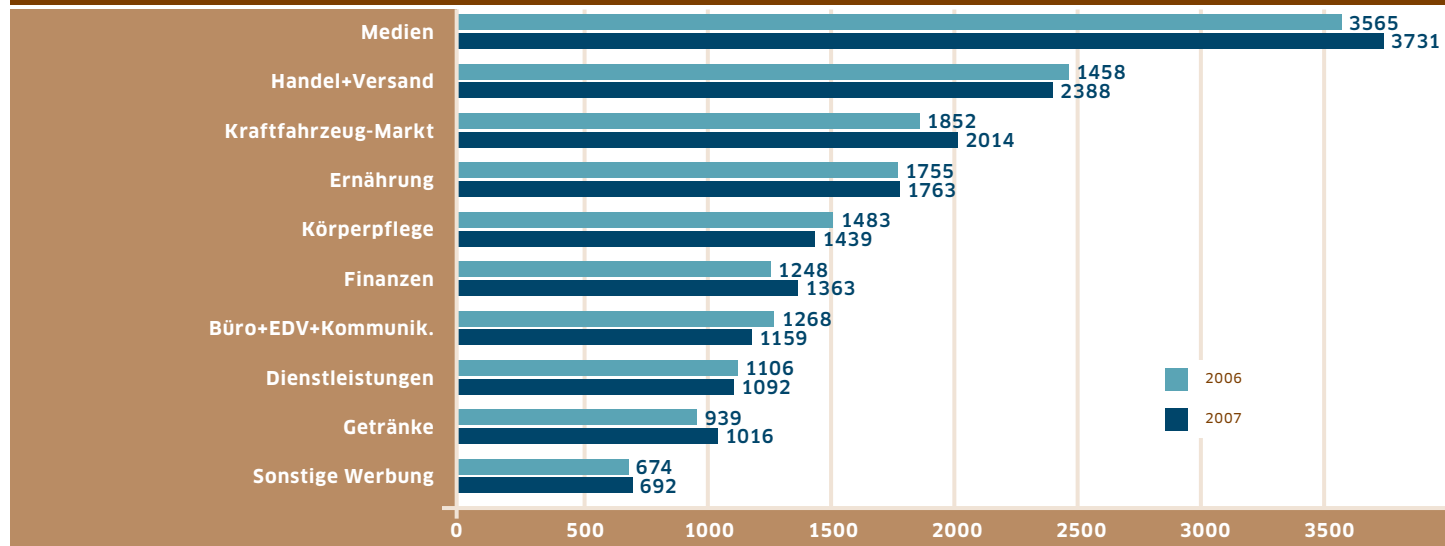
### ENTWICKLUNG DER BRUTTO-WERBEUMSÄTZE DER PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN-GATTUNGEN (IN MIO. EURO)



Quelle: Nielsen Media Research

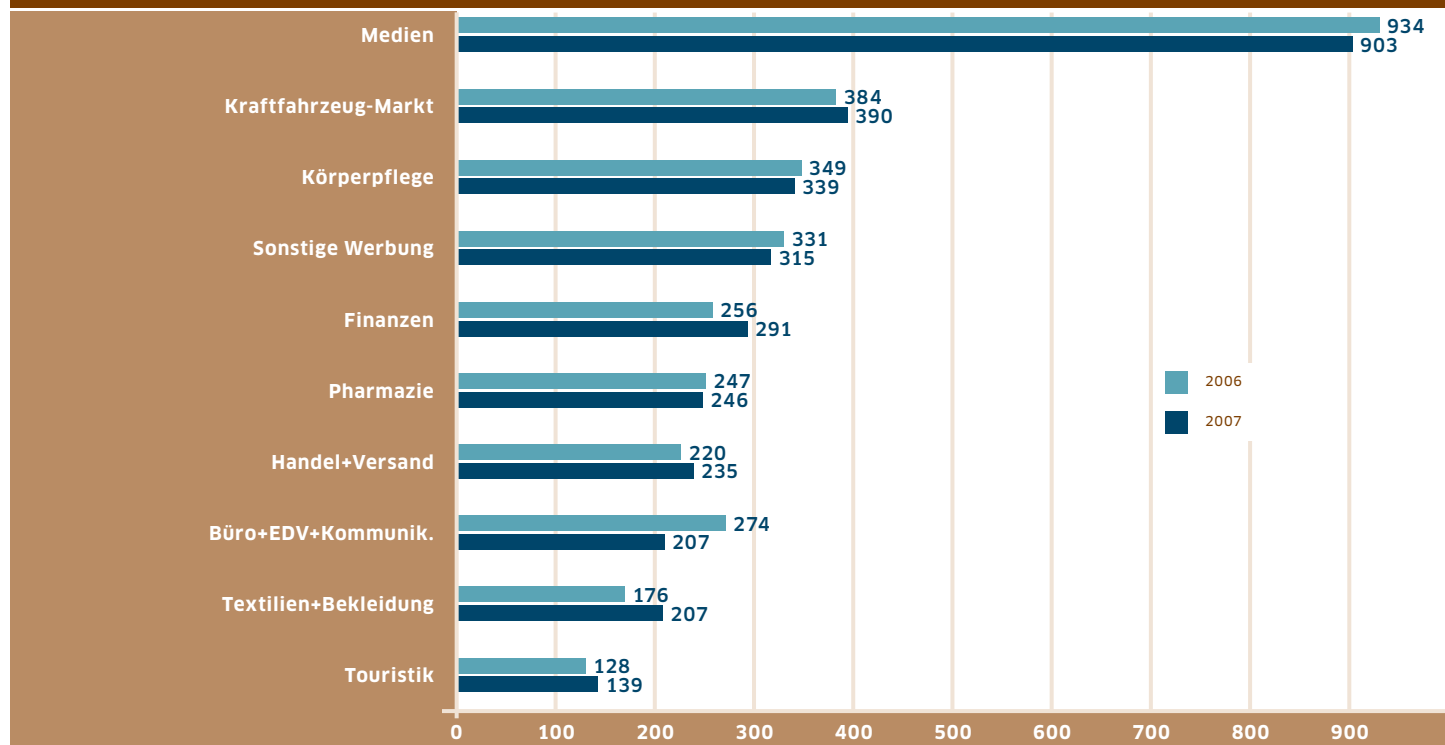


### DIE 10 WERBEINTENSIVSTEN BRANCHEN/KLASSISCHEN MEDIEN NACH BRUTTO-WERBEUMSATZ (IN MIO.EURO)



Quelle: Nielsen Media Research

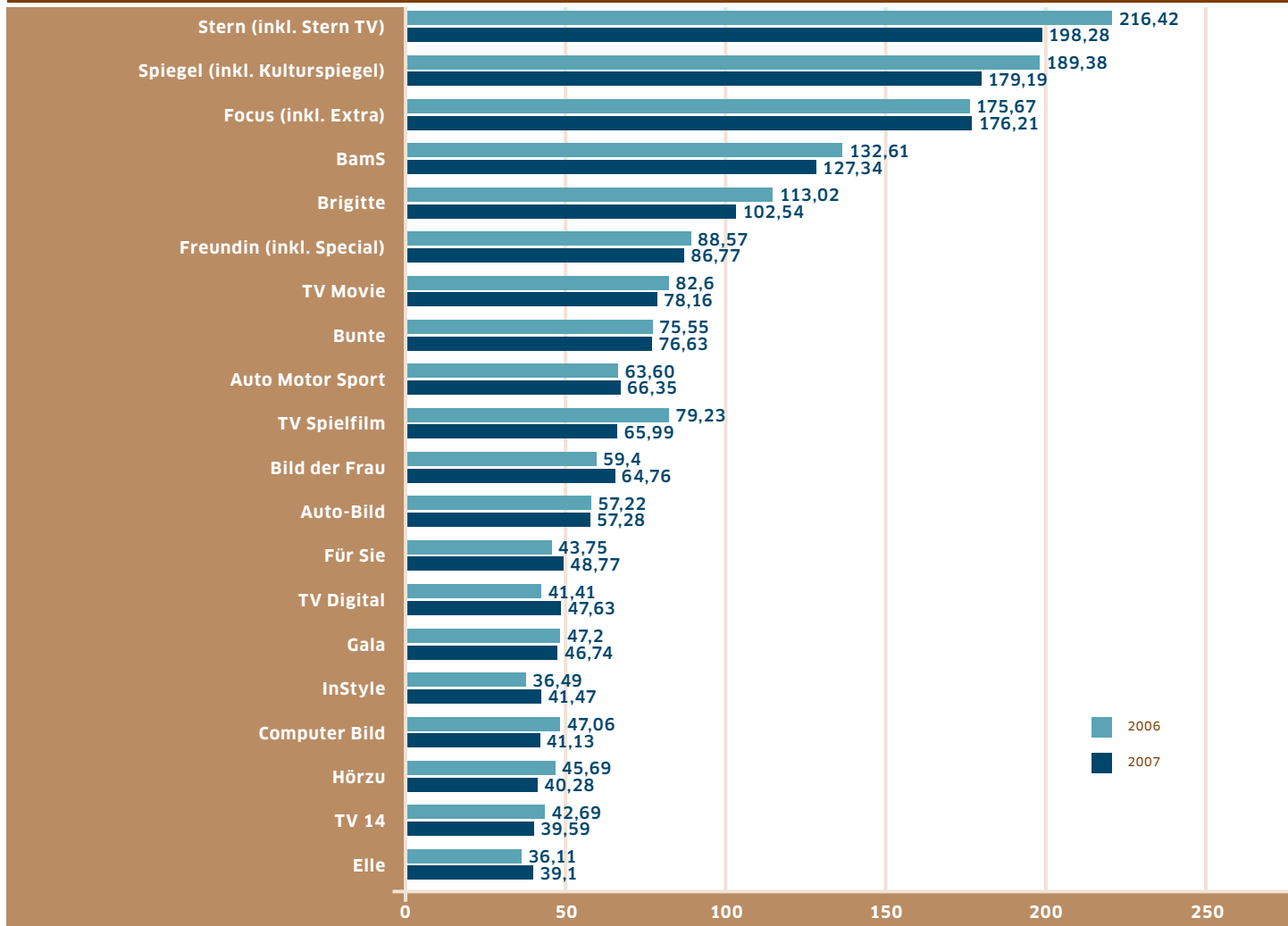
### DIE 10 WERBEINTENSIVSTEN BRANCHEN IN PZ NACH BRUTTO-WERBEUMSATZ (IN MIO. EURO)



Quelle: Nielsen Media Research

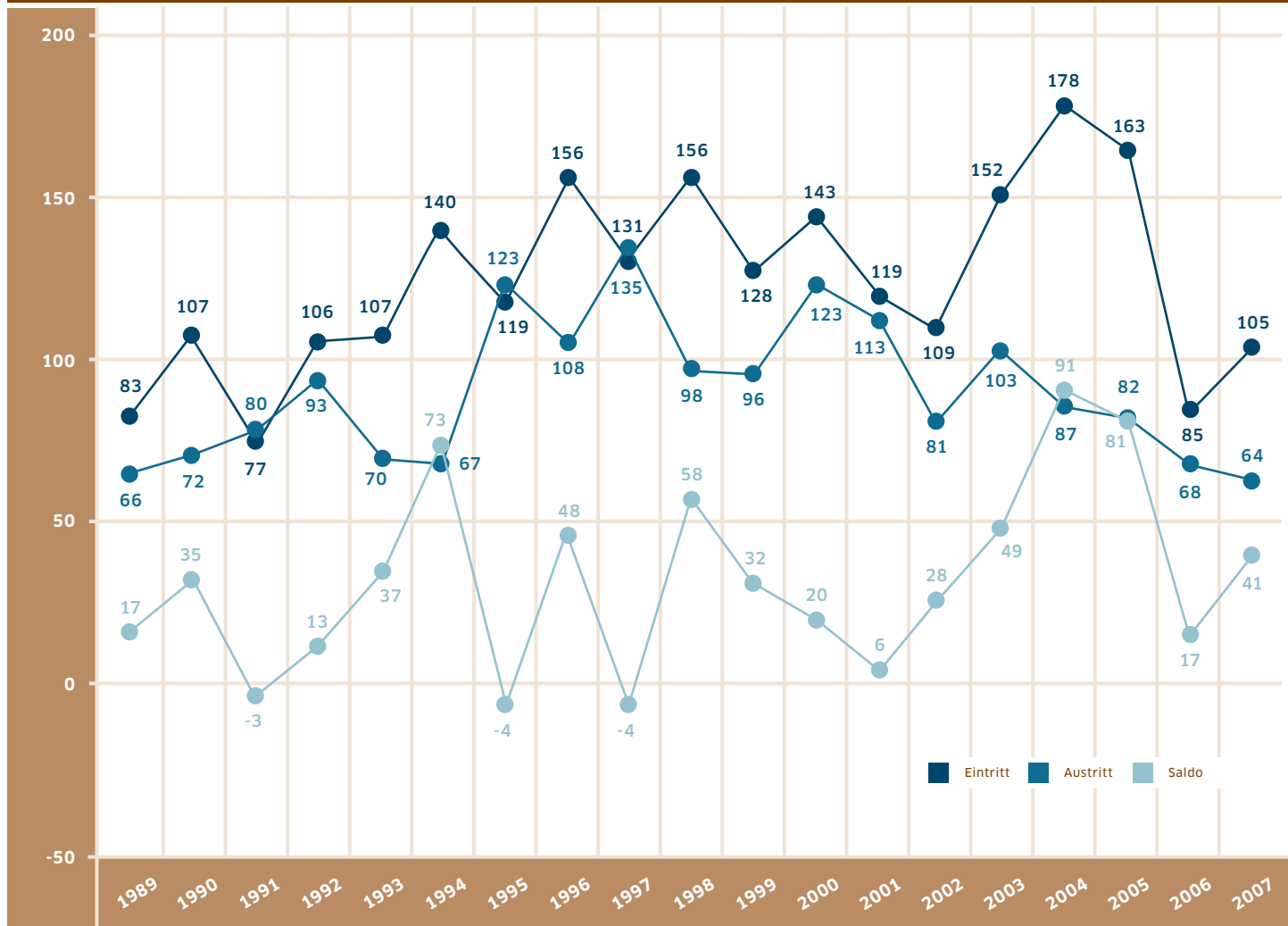


## BRUTTO-WERBEUMSÄTZE DER TOP 20 PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN (IN MIO. EURO)



Quelle: Nielsen Media Research

## EINFÜHRUNGEN UND MARKTAustrITTE VON PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN (ANZAHL DER ZEITSCHRIFTEN)



Quelle: WIP Köln, www.presseforschung.de