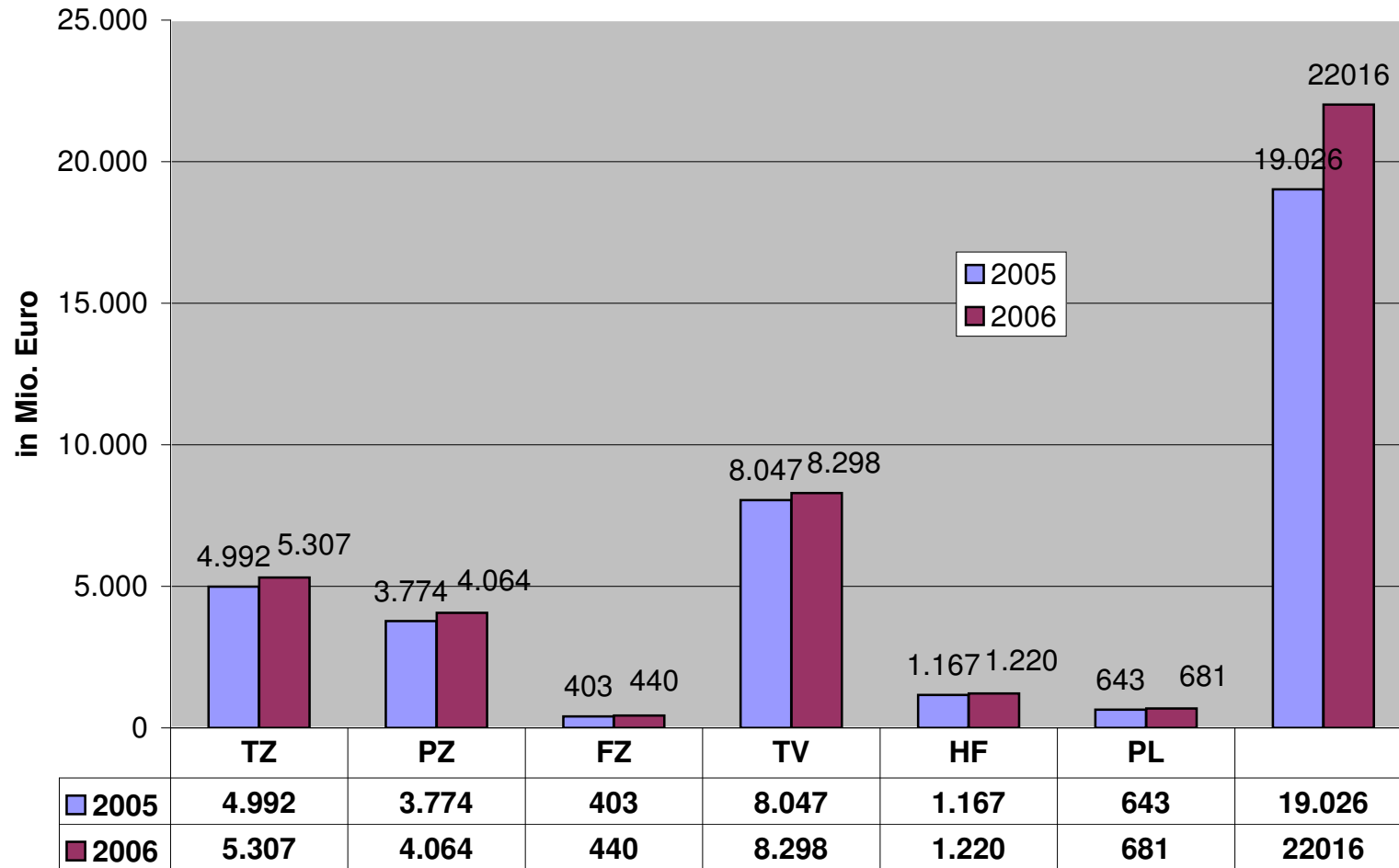
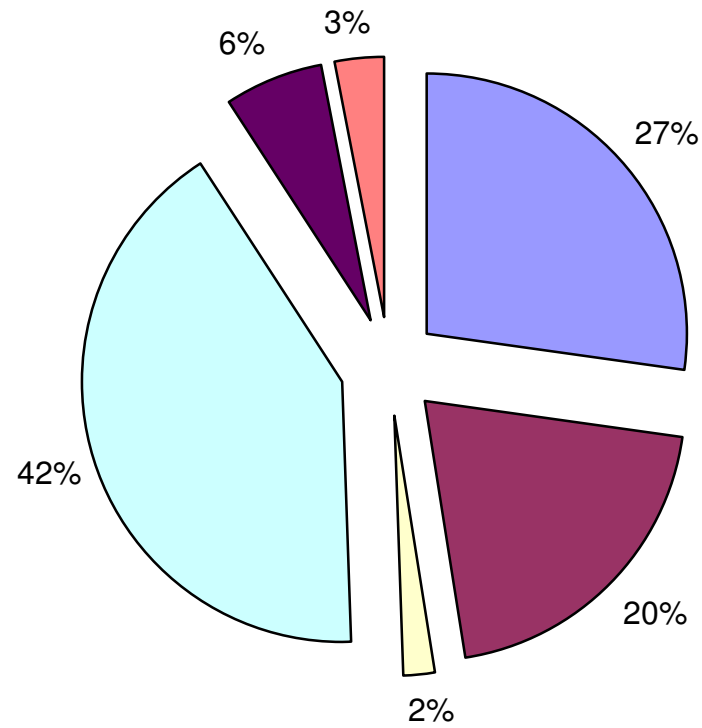


Entwicklung der Bruttowerbeausgaben bei den klassischen Medien
Quelle: Nielsen Media Research

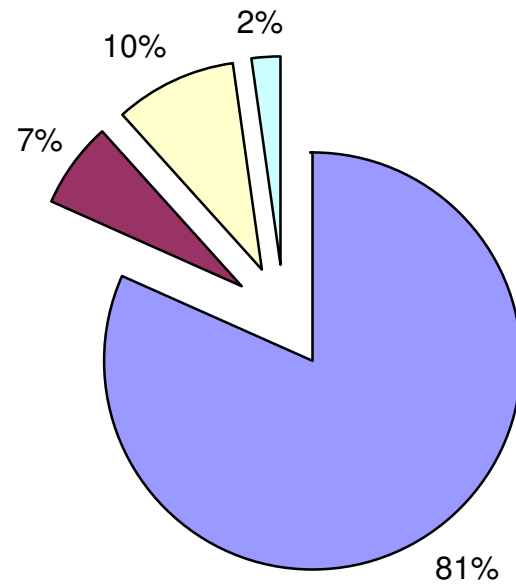


Marktanteile der klassischen Medien in 2006
Quelle: Nielsen Media Research

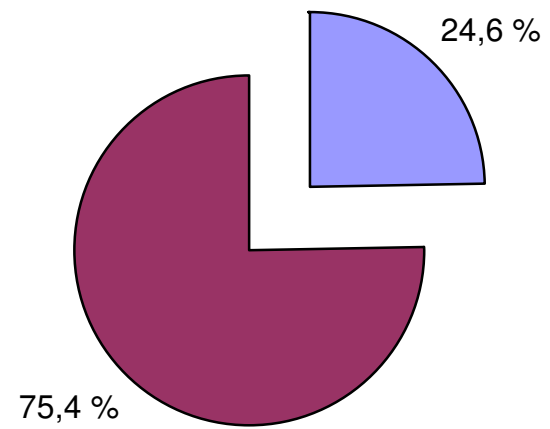


■ Zeitungen ■ Publikumszeitschriften ■ Fachzeitschriften ■ Fernsehen ■ Hörfunk ■ Plakat

Anzeigenstruktur der Publikumszeitschriften in 2006 Quelle: VDZ-ZAS

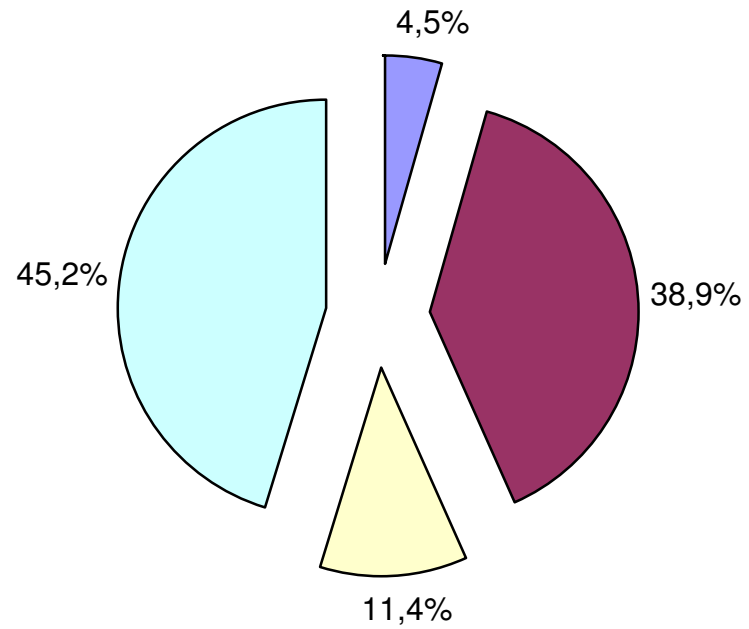


Heftstruktur der Publikumszeitschriften in 2006
Quelle: VDZ-ZAS



■ Anzeigen ■ Redaktion

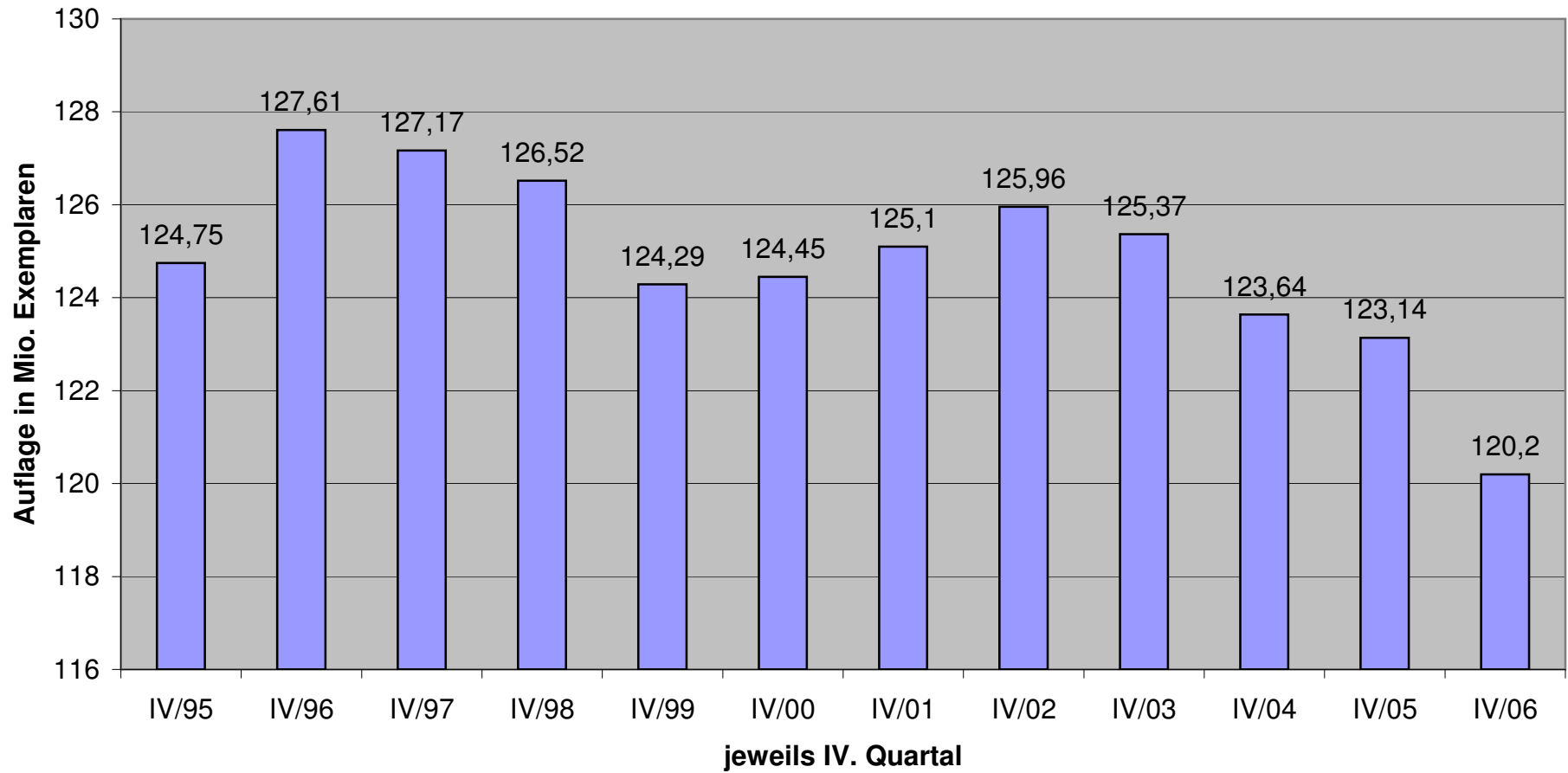
**Auflagenstruktur der Publikumszeitschriften
im IV. Quartal 2006
Quelle: IVW**



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

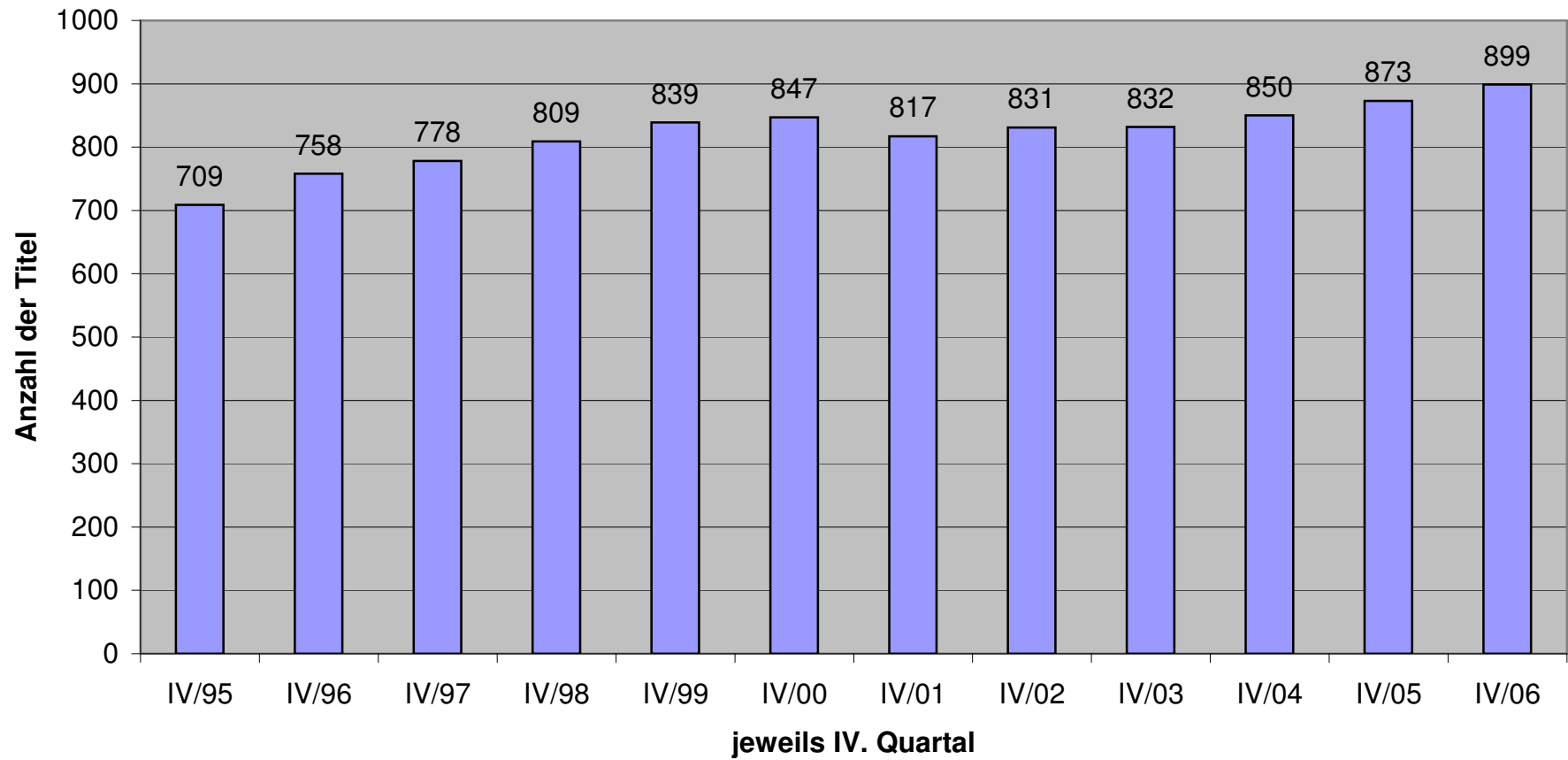
Auflagenentwicklung der Publikumszeitschriften

Quelle: IVW

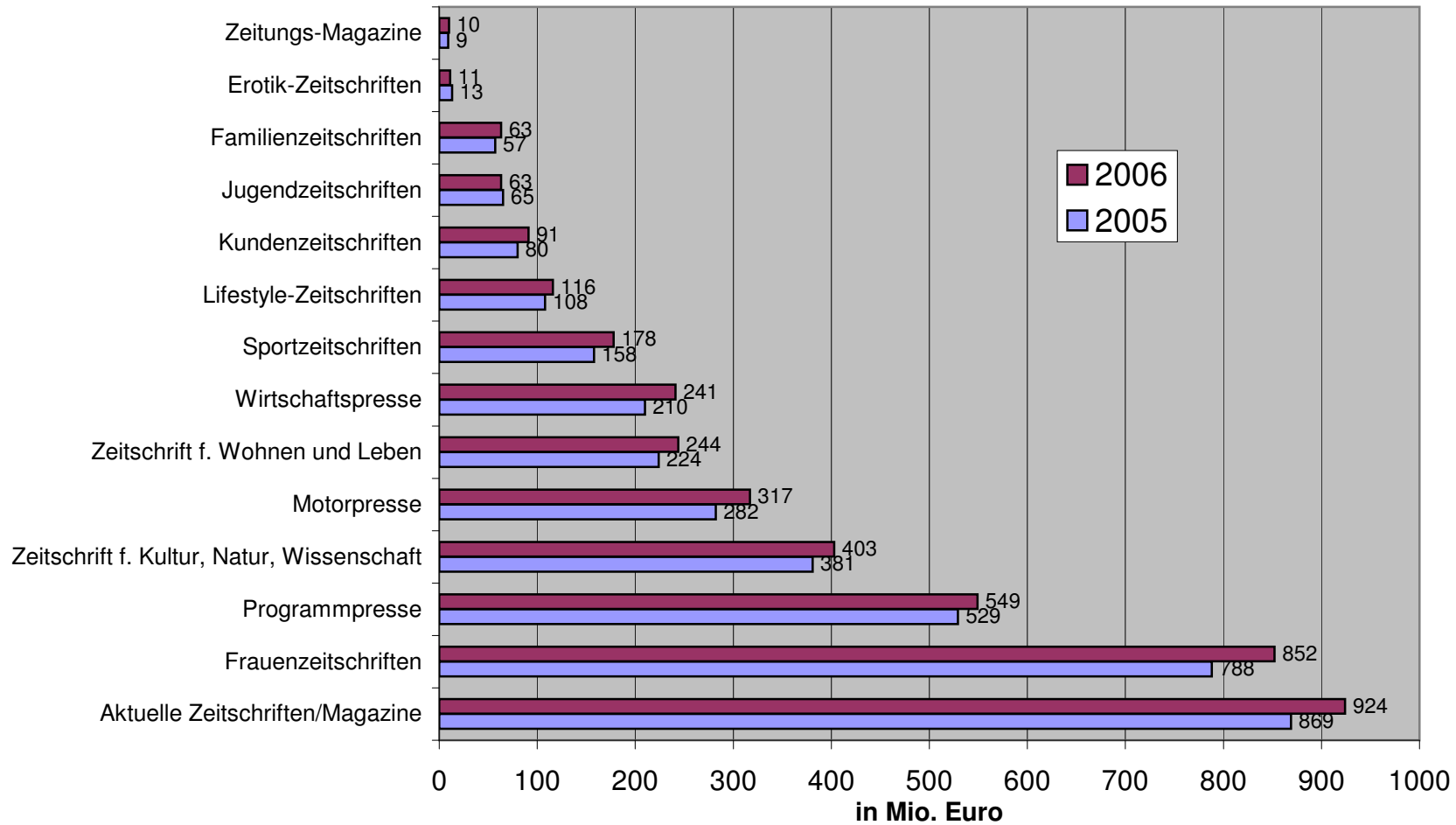


Titelentwicklung der IVW angeschlossenen Publikumszeitschriften

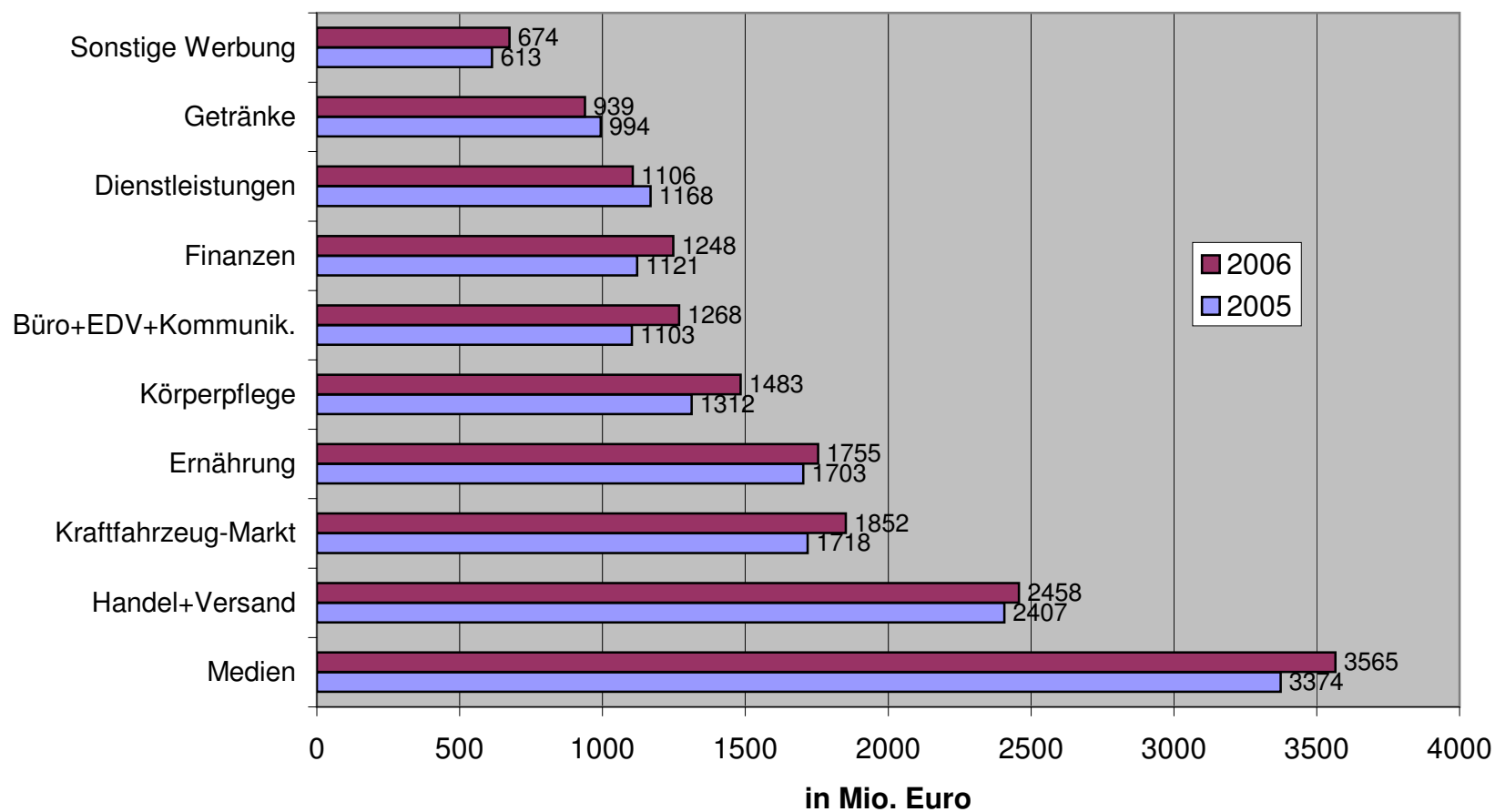
Quelle: IVW



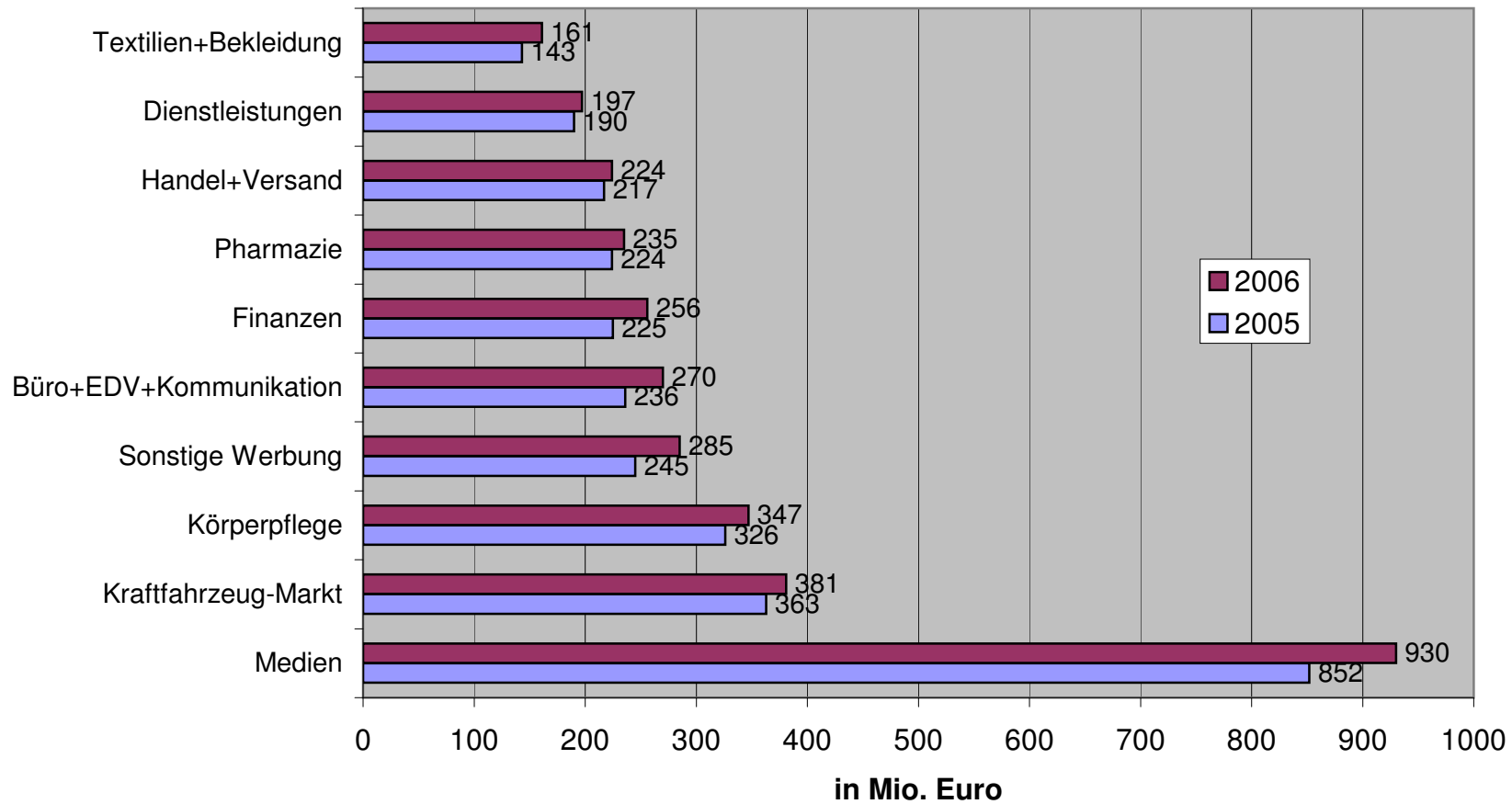
Entwicklung der Brutto-Werbeumsätze der Publikumszeitschriften-Gattungen Quelle: Nielsen Media Research



Die 10 werbeintensivsten Branchen in den klassischen Medien nach Brutto-Werbeumsatz
Quelle: Nielsen Media Research

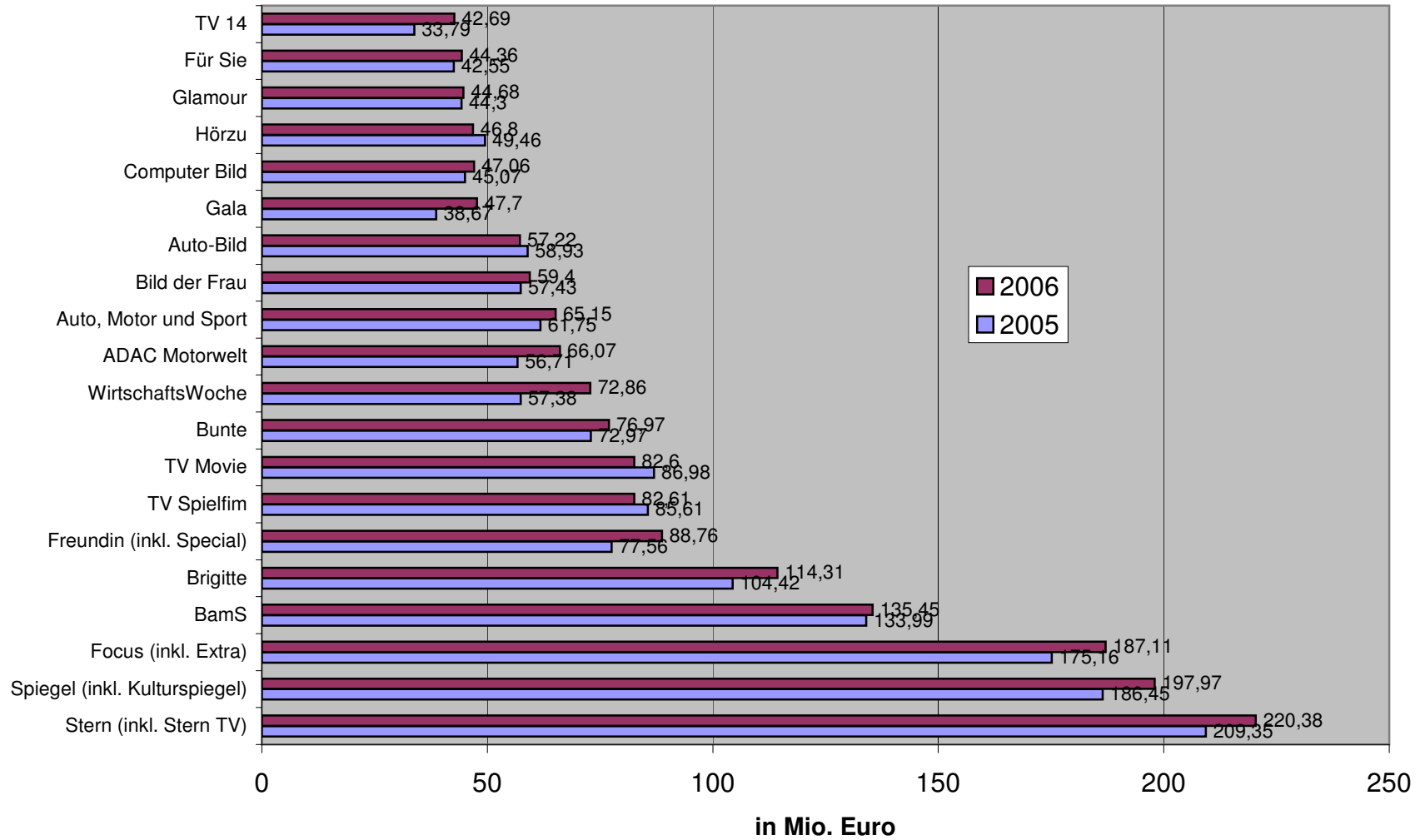


Die 10 werbeintensivsten Branchen in Publikumszeitschriften nach Brutto-Werbeumsatz
Quelle: Nielsen Media Research



Brutto-Werbeumsätze der TOP 20 Publikumszeitschriften

Quelle: Nielsen Media Research



Eintritte und Austritte von Publikumszeitschriften
 Quelle: WIP Köln, www.presseforschung.de

