

Marktausschöpfungsanalyse 2007

VDZ – Die Publikumszeitschriften
Bundesverband Presse-Grosso
Mai 2008

Es ist ein Auszug der Daten dargestellt, die komplette Version kann über den VDZ bezogen werden.

Inhaltsverzeichnis**IV-2007****Seite**

1. Erklärung von VDZ und Presse-Grosso	3
2. Einleitung	4
3. Datenübersicht	5
4. MAK Ergebnisse	11

1. Erklärung von VDZ und Presse-Grosso

IV-2007

Die gemeinsame Projektgruppe Vertriebsmarktforschung von VDZ und Presse-Grosso hat es sich zum Ziel gesetzt, deutschlandweit Transparenz im Vertriebsmarkt für Zeitschriften zu schaffen. Die Studie "Initiative Marktausschöpfung" (IM) ist in diesem Zusammenhang einer von mehreren Bausteinen zur detaillierten Analyse des Marktes.

Ziel der Studie ist es, durch die Anwendung statistischer Verfahren die Marktpotenziale in den einzelnen Grosso-Gebieten zu ermitteln und diese den dort tatsächlich realisierten Umsätzen gegenüberzustellen, um hieraus schließlich den Grad der Marktausschöpfung in Form eines Marktausschöpfungskoeffizienten zu ermitteln.

Obwohl derzeit die IM noch ausschließlich auf den Verkaufsdaten des Presse-Grosso basiert, gibt die Untersuchung sehr hilfreiche Informationen für Grossisten und Verlage zur Beurteilung der Potenziale auf Basis einer Vielzahl von Einflussfaktoren in den einzelnen Vertriebsgebieten.

Die Projektgruppe weist ausdrücklich darauf hin, dass kein unmittelbar abzuleitender Zusammenhang zwischen der Leistung eines Presse-Grossisten und dem in seinem Gebiet erzielten Marktausschöpfungskoeffizienten besteht. Die Projektgruppe versteht die Initiative Marktausschöpfung als Basis für eine intensive Ursachenanalyse zur partnerschaftlichen Festlegung von Maßnahmen unter Berücksichtigung zusätzlicher Einflussfaktoren.

Ein hundertprozentiges Modell zur Erklärung des Marktes wird auch in der Zukunft nur schwer zu erreichen sein, denn es gibt sicherlich noch weitere Einflussfaktoren, die außerhalb des Einflusses der Vertriebsverantwortlichen liegen und auch nicht oder nur sehr schwer messbar sind und damit auch nicht in der Marktausschöpfungsstudie berücksichtigt werden können. Dazu gehören beispielsweise regionale Schwerpunkte bei Werbemaßnahmen und redaktionellen Inhalten.

Des Weiteren wird in der Projektgruppe derzeit auch geprüft, ob und wie man auch noch die Verkäufe weiterer Vertriebskanäle, wie z.B. das Abonnement, den Bahnhofsbuchhandel und den Lesezirkel abbilden kann.

Der VDZ und der Bundesverband Presse-Grosso sind sich einig, dass man mit der vorliegenden Studie einen deutlichen Schritt zur Beurteilung der Marktpotenziale vorangekommen ist und nun der Branche eine sehr leistungsstarke Untersuchung zur Verfügung stellt.

2. Einleitung

IV-2007

Mit Hilfe eines Regressionsverfahrens ermittelt die Marktausschöpfungsanalyse die soziodemographischen Merkmale, die segmentbezogenen Informationen sowie die EHA-STR-Merkmale, die den Umsatz eines Segmentes erklären. Die Regressionsgleichung liefert den zu erwartenden Umsatz in den Grosso-Filialgebieten. Der Marktausschöpfungskoeffizient (MAK) ergibt sich aus folgender Formel:

$$\rightarrow \text{MAK} = \frac{\text{IST-Umsatz}}{\text{erwarteter Umsatz}} * 100$$

Ein MAK über 100 zeigt eine überdurchschnittliche Marktausschöpfung im Vergleich zu allen Grosso-Filialgebieten in West bzw. Ost, ein MAK unter 100 zeigt dagegen eine unterdurchschnittliche Marktausschöpfung.

3. Datenübersicht

IV-2007

Die Marktausschöpfungsanalyse 2007 basiert auf folgenden Bausteinen:

- den VDZ Absatz-Daten des 4. Quartals 2007 mit Informationen auf Grosso-Filialebene zu den Umsätzen sowie zu der Anzahl verkaufter Einheiten (der Gebietsstand 31.12.2007 wird trotzdem mit 2 PVG-Filialen dargestellt)
- der VDZ Grosso-Demographie des 4. Quartals 2007 von Acxiom mit soziodemographischen Daten und Segmentierungsdaten pro Grosso-Filialgebiet (der Gebietsstand 31.12.2007 wird trotzdem mit 2 PVG-Filialen dargestellt)
- den EHA STRA-Daten 2007 mit Merkmalen zu den Einzelhändlern (Geschäftsart, Sortimentsbreite, ...)

3. Datenübersicht

IV-2007

Die Segmente Frauenzeitschriften wöchentlich und Programmpresse wöchentlich setzen sich jeweils aus den drei Segmenten niedrig-, mittel- und hochpreisig zusammen.

Die MAKs für die beiden Gesamtsegmente werden wie folgt ermittelt:

→ $\text{Summe der einzelnen IST-Umsätze} / \text{Summe der einzelnen erwarteten Umsätze} * 100$

Die Umsätze der 30 Segmente werden auch als erklärende Merkmale für die jeweils anderen Segmente eingesetzt.

3. Datenübersicht

IV-2007

VDZ Absatz-Daten 4. Quartal 2007

Die MAK-Analyse 2007 umfasst 30 Segmente mit insgesamt 335 Titeln:

- Frauenzeitschriften monatlich/
14-täglich niedrigpreisig
- Frauenzeitschriften 14-täglich
- Frauenzeitschriften monatlich
- Frauenzeitschriften wöchentlich
gesamt und nach Preissegment:
hoch-, mittel- und niedrigpreisig
- Aktuelle Illustrierte
- Lifestyle-Zeitschriften
- Preisrätselmagazine
- Sportzeitschriften
- Motorpresse
- Haus/Garten/Tiere
- Kochen
- Jugend-Zeitschriften
- Eltern-Zeitschriften
- Erotik-Zeitschriften
- Computerpresse
- Wissensmagazine
- Nachrichtenmagazine/politische Wochenpresse
- Verbrauchermagazine
- Wirtschaftspresse
- Programmpresse wöchentlich gesamt und nach
Preissegment: hoch-, mittel-, und niedrigpreisig
- Programmpresse 14-täglich
- Programmpresse monatlich
- Audio/Foto/Video
- Kinder-Zeitschriften

3. Datenübersicht

IV-2007


Neuerungen der Untersuchung 2007 zu 2006 und Zeichenerklärung

- *Segment-Änderungen:*
- *neues Segment "Frauenzeitschriften monatlich/14-täglich niedrigpreisig"*
- *das Segment "Haus/Garten/Kochen/Tiere" wurde aufgeteilt in die Segmente "Haus/Garten/Tiere" und "Kochen"*
- *die Titel aus dem ehemaligen Segment "Wirtschaftspresse/Verbrauchermagazine" mit dem Bezug Verbraucher bilden jetzt ein eigenes Segment "Verbrauchermagazine"*
- *Die Wirtschaftstitel werden jetzt nicht mehr nach Erscheinungsweise unterschieden und fallen alle in das Segment "Wirtschaftspresse"*

- *Grosso-Änderungen, die einen Einfluss auf die Studie haben:*
- *Der Filial-Grossist 37000 (Probst & Heuser GmbH & Co KG) ist komplett übergegangen an 71000 (Probst & Heuser GmbH & Co KG); Firmierung jetzt: "Probst & Heuser, Wuppertal"*
- *Der Grossist 114700 (R + R, Mönchengladbach) ist komplett übergegangen an 044200 (Keppel, Krefeld)*
- *Die PVG-Grossfilialen 70101, 70104, 70107 sind zu 70101 (Namensänderung: PVG, Rhein-Main) und 70102, 70103 zu 70103 (Namensänderung: PVG, Mittelhessen) fusioniert.*

- *Die MAK-Studie 2007 wird auf dem Gebietsstand 31.12.2007 aber mit fusionierten PVG-Gebieten gerechnet*

Zeichenerklärung zu den Auswertungen:

- * unterschiedliche Copypreise im Untersuchungszeitraum – dargestellt ist der aktuellste, verwendete Copypreis
 - ** Anzahl neue Titel in 2007 / Anzahl Titel, die in 2007 nicht mehr betrachtet werden
-  neue Titel in 2007

3. Datenübersicht

IV-2007

Titelveränderungen

- Im Jahr 2007 sind 40 neue Titel dazu gekommen, 13 Titel aus dem Jahre 2007 sind nicht mehr dabei (2006: 308 Titel, 2007: 335 Titel)
- Folgenden Segmente sind von Titeländerungen betroffen:
 - Aktuelle Illustrierte (1 neuer Titel)
 - Audio/Foto/Video (3 neue Titel)
 - Computerpresse (3 neue Titel / 7 Titel weniger)
 - Eltern-Zeitschriften (1 neuer Titel)
 - Erotik-Zeitschriften (1 Titel weniger)
 - Frauenzeitschriften 14-täglich (1 Titel weniger)
 - Frauenzeitschriften monatlich (2 neue Titel / 1 Titel weniger)
 - Frauenzeitschriften 14-täglich/monatlich niedrigpreisig (8 neue Titel / 1 Titel wechselt von einem anderen Segment in dieses)
 - Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (1 Titel wechselt von einem anderen Segment in dieses / 2 Titel weniger)
 - Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (3 neue Titel / 1 Titel wechselt von einem anderen Segment in dieses / 1 Titel weniger)
 - Jugendzeitschriften (1 neuer Titel)
 - Kinderzeitschriften (5 neuer Titel)
 - Lifestyle-Zeitschriften (3 neue Titel / 1 Titel weniger)
 - Programmpresse 14-täglich (6 neue Titel)
 - Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (1 Titel wechselt von einem anderen Segment in dieses)
 - Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (1 Titel weniger)
 - Programmpresse monatlich (3 neue Titel / 1 Titel weniger)
 - Preisrätselmagazine (1 neuer Titel)

3. Datenübersicht

IV-2007

VDZ Grosso-Demographie

Die Grosso-Demographie beinhaltet die bundesweiten demographischen Daten und Segmentierungsdaten von Acxiom vom 4. Quartal 2007 für die aktuellen 87 Grosso-Filialgebiete.

Folgende Merkmale fließen in die MAK-Analyse ein:

- Bevölkerung: insgesamt, nach Geschlecht, nach Altersklassen, nach Bildungsstand, Studenten
- Privathaushalte insgesamt, nach Haushaltgröße, mit Kinder/ohne Kinder
- Erwerbstätige insgesamt, nach Stellung im Beruf
- private Kaufkraft in EURO
- Einzelhandelsumsatz in EURO
- Regiotyp
- zusätzliche Merkmale: einzelhandelsrelevante Kaufkraft in EURO, Urlaubsräume/Speckgürtel

3. Datenübersicht

IV-2007

EHAstra-Daten

Als erklärende Merkmale fließen auf die Grosso-Filialgebiete aggregierte und anonymisierte EHAstra-Daten ein.

- Anteil Einzelhändler ZZ-Kunde (EH) pro Tsd. Einwohner
- Anteil EH mit Shop an allen EHs
- Anteil EH nach Geschäftsart an allen EHs
- Anteil EH nach Fläche an allen EHs
- Anteil EH nach Sortimentsbreite an allen EHs
- Anteil EH mit ausgewählten Beeinflussungsfaktoren an allen EHs
(Interne Beeinflussungsfaktoren: Schreib- und Papierwaren, Tabakwaren, Toto-/Lotto-Annahme. Externe Beeinflussungsfaktoren: Ausfallstraße, Einkaufszentrum/Einkaufsstraße, DB-Bahnhof, Discounter)

4. MAK Ergebnisse

IV-2007

- Nachrichtenmagazine/Politische Wochenpresse (Segment-Nr. 1404) **BEISPIEL** S. 14
- Frauenzeitschriften monatlich/14-täglich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0101) S. 15
- Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0111) S. 16
- Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 0112) S. 17
- Frauenzeitschriften wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 0113) S. 18
- Frauenzeitschriften wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 0114) S. 19
- Frauenzeitschriften 14-täglich (Segment-Nr. 0124) S. 20
- Frauenzeitschriften monatlich (Segment-Nr. 0134) S. 21
- Aktuelle Illustrierte (Segment-Nr. 0204) S. 22
- Lifestyle-Zeitschriften (Segment-Nr. 0304) S. 23
- Preisrätselmagazine (Segment-Nr. 0404) S. 24
- Sportzeitschriften (Segment-Nr. 0504) S. 25
- Motorpresse (Segment-Nr. 0604) S. 26
- Haus/Garten/Tiere (Segment-Nr. 0704) S. 27
- Kochen (Segment-Nr. 0804) S. 28

4. MAK Ergebnisse

IV-2007

- Jugend-Zeitschriften (Segment-Nr. 0904)	S. 29
- Eltern-Zeitschriften (Segment-Nr. 1004)	S. 30
- Erotik-Zeitschriften (Segment-Nr. 1104)	S. 31
- Computerpresse (Segment-Nr. 1204)	S. 32
- Wissensmagazine (Segment-Nr. 1304)	S. 33
- Wirtschaftspresse (Segment-Nr. 1514)	S. 34
- Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 1611)	S. 35
- Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 1612)	S. 36
- Programmpresse wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 1613)	S. 37
- Programmpresse wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 1614)	S. 38
- Programmpresse 14-täglich (Segment-Nr. 1624)	S. 39
- Programmpresse monatlich (Segment-Nr. 1634)	S. 40
- Audio/Foto/Video (Segment-Nr. 1704)	S. 41
- Kinder-Zeitschriften (Segment-Nr. 1804)	S. 42
- Verbrauchermagazine (Segment-Nr. 1904)	S. 43

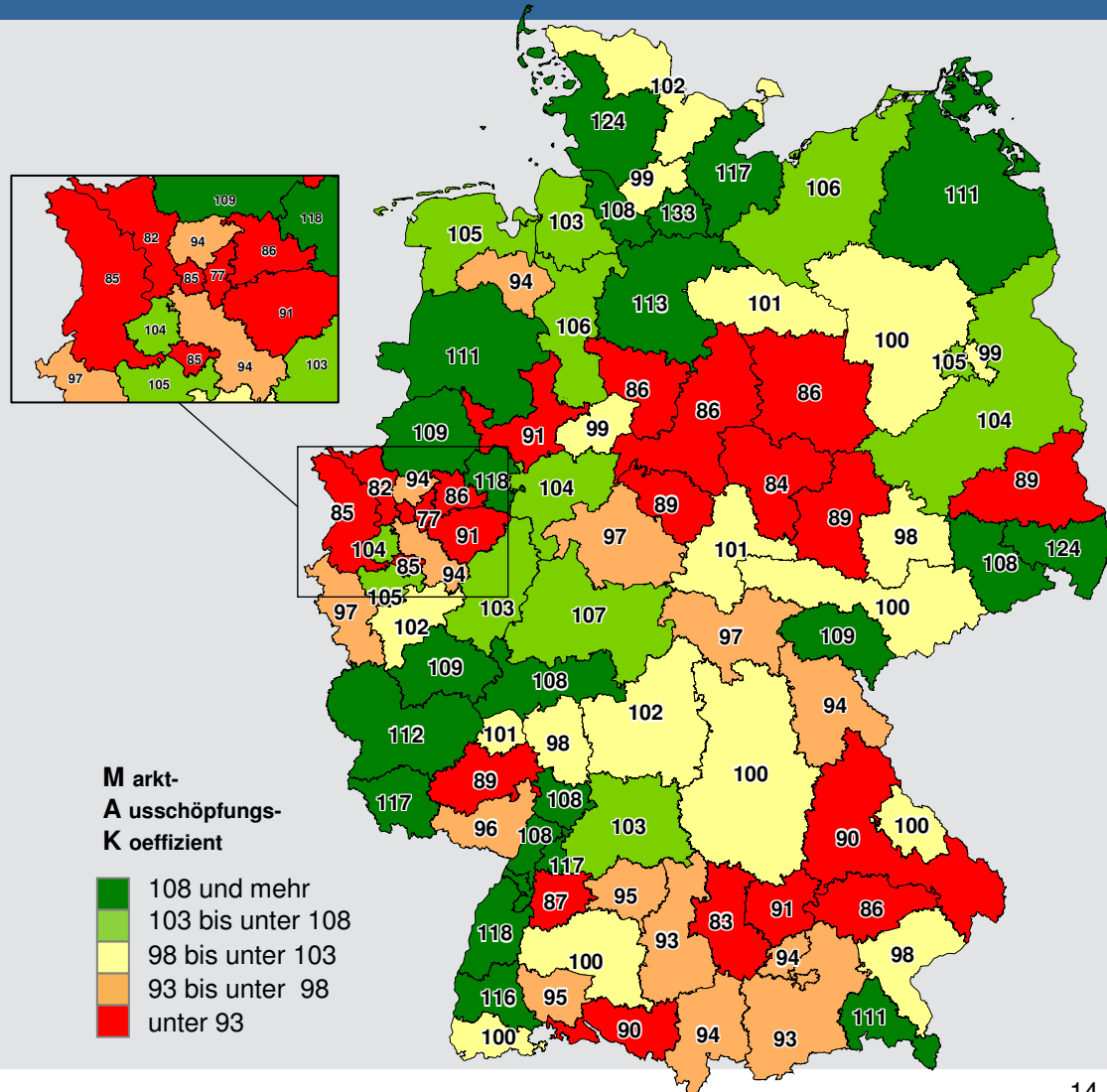
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Nachrichtenmagazine/Politische Wochenpresse (Segment-Nr. 1404)

Segmentbeschreibung		
Umsatz Grosso	30,1 Mio €	7,2% MA
Verkauf Grosso	9,6 Mio Expl.	3,4% MA
Anzahl Titel	4	

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
DER SPIEGEL	7007	wö	3,40	Spiegel Verlag
DIE ZEIT	7451	wö	3,20	Verlagsgruppe Holtzbrinck
Focus	9314	wö	3,20	Burda
STERN	8041	wö	2,80	G+J



BEISPIEL
Segment-Nr. 1404

4. MAK Ergebnisse

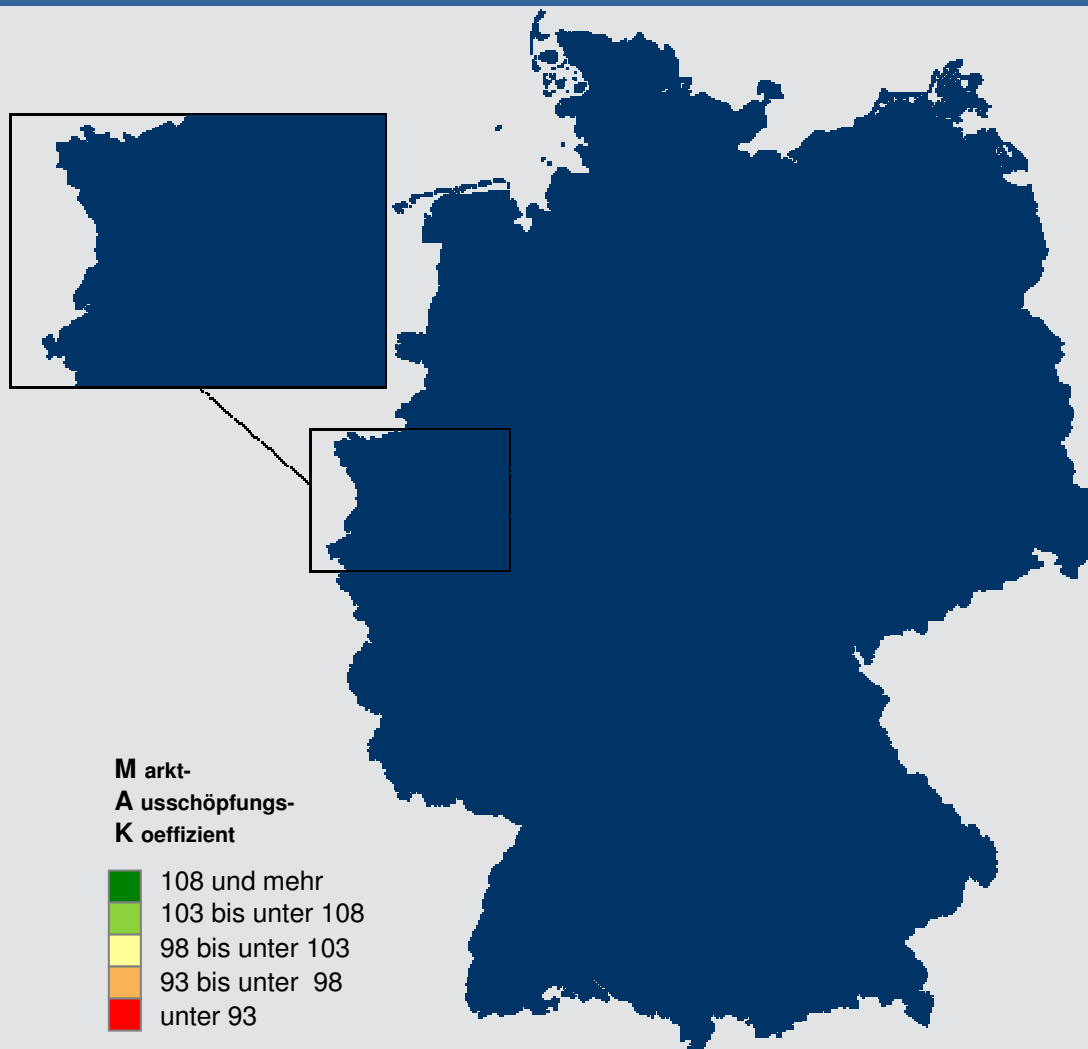
IV-2007

Frauenzeitschriften monatlich/14-täglich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0101)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	9 (+9)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Das Beste für die Frau	75738	mon	0,55	Conpart Verlag GmbH
Das macht Spaß	74147	mon	0,49	Conpart Verlag GmbH
Echt Spitze	74148	mon	0,49	Conpart Verlag GmbH
Freizeit Illu	75737	mon	0,55	Conpart Verlag GmbH
Gute Laune	61211	14-tgl	0,49	Stegenwaller Entertainment Group
Happy Day	74898	mon	0,29	HBV
Illu der Frau	75119	mon	0,60	Alles Gute Verlags Ltd. Verlagsgruppe
Meine Pause	71670	mon	0,49	Stegenwaller GmbH
Schöne Freizeit	75735	mon	0,49	Conpart Verlag GmbH

Anmerkung:
Der Titel „Gute Laune“ wechselt von den 14-täglichen Frauenzeitschriften in dieses Segment



Markt-
Ausschöpfungs-
Koeffizient

- 108 und mehr
- 103 bis unter 108
- 98 bis unter 103
- 93 bis unter 98
- unter 93

4. MAK Ergebnisse

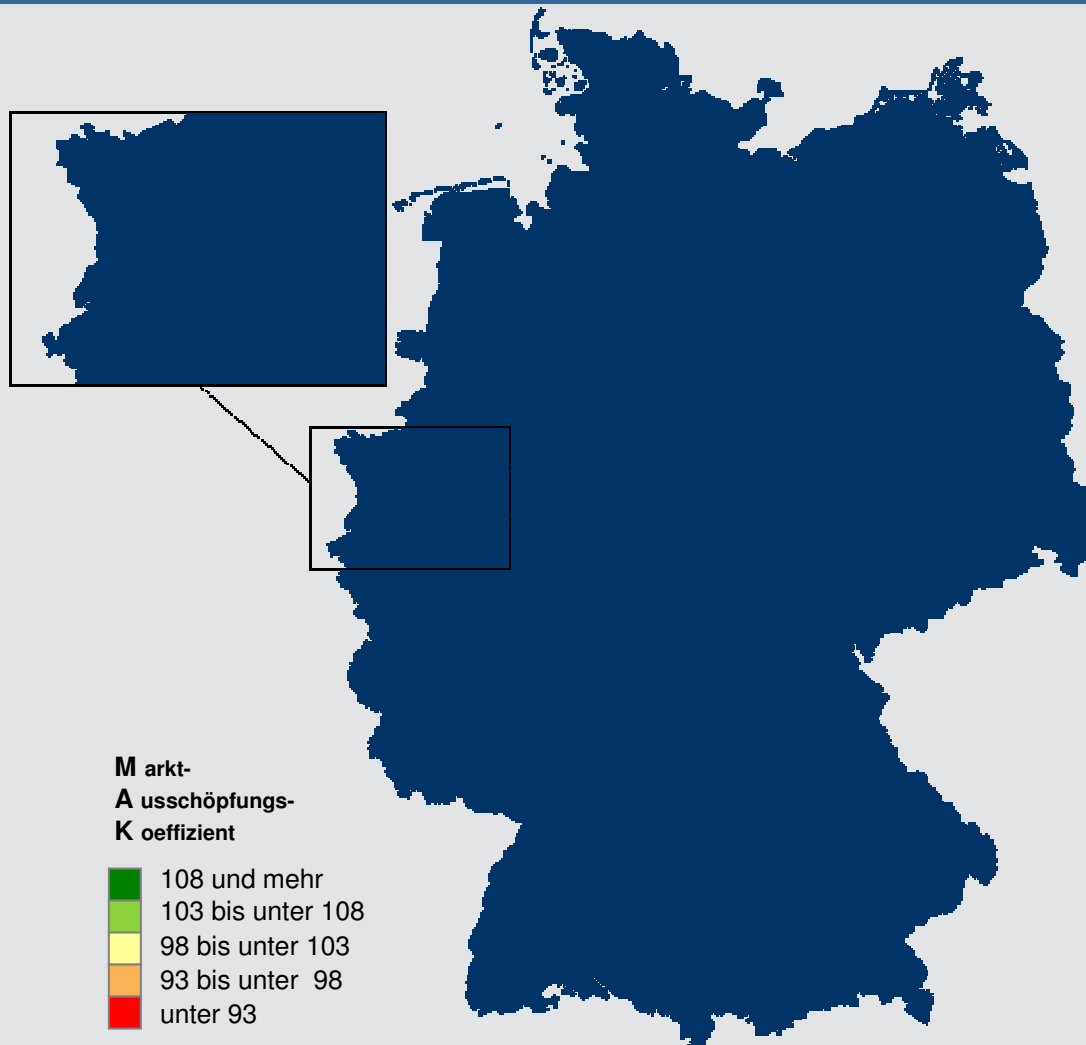
IV-2007

Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0111)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	17 (+4 / -1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Alles für die Frau	66760	wö	0,70	HBV
Avanti	52398	wö	0,55	HBV
Bild der Frau	6152	wö	0,85	AS
Die neue Frau	48856	wö	0,80	Klambt Verlag
Frau im Trend	61490	wö	0,70	Burda
Frau von Heute	61886	wö	0,70	AS
Frau von Heute mit Freizeit Glück	74857	wö	1,30	AS
Freizeit Aktuell	74507	wö	0,80 *	Burda
Freizeit Spass	65171	wö	0,80	Burda
Freizeit Woche	65089	wö	0,80	HBV
Laura	81328	wö	0,90	HBV
Lea	50237	wö	0,90	Klambt Verlag
Mini	91217	wö	0,85	HBV
Schöne Woche	51488	wö	0,59	HBV
Viel Spaß	50231	wö	0,70	Burda
Woche aktuell	74918	wö	0,80	Klambt Verlag
Woche der Frau	50607	wö	0,80	Klambt Verlag

Anmerkung:
Der Titel „Woche der Frau“ wechselt von den wöchentlichen, mittelpreisigen Frauenzeitschriften in dieses Segment

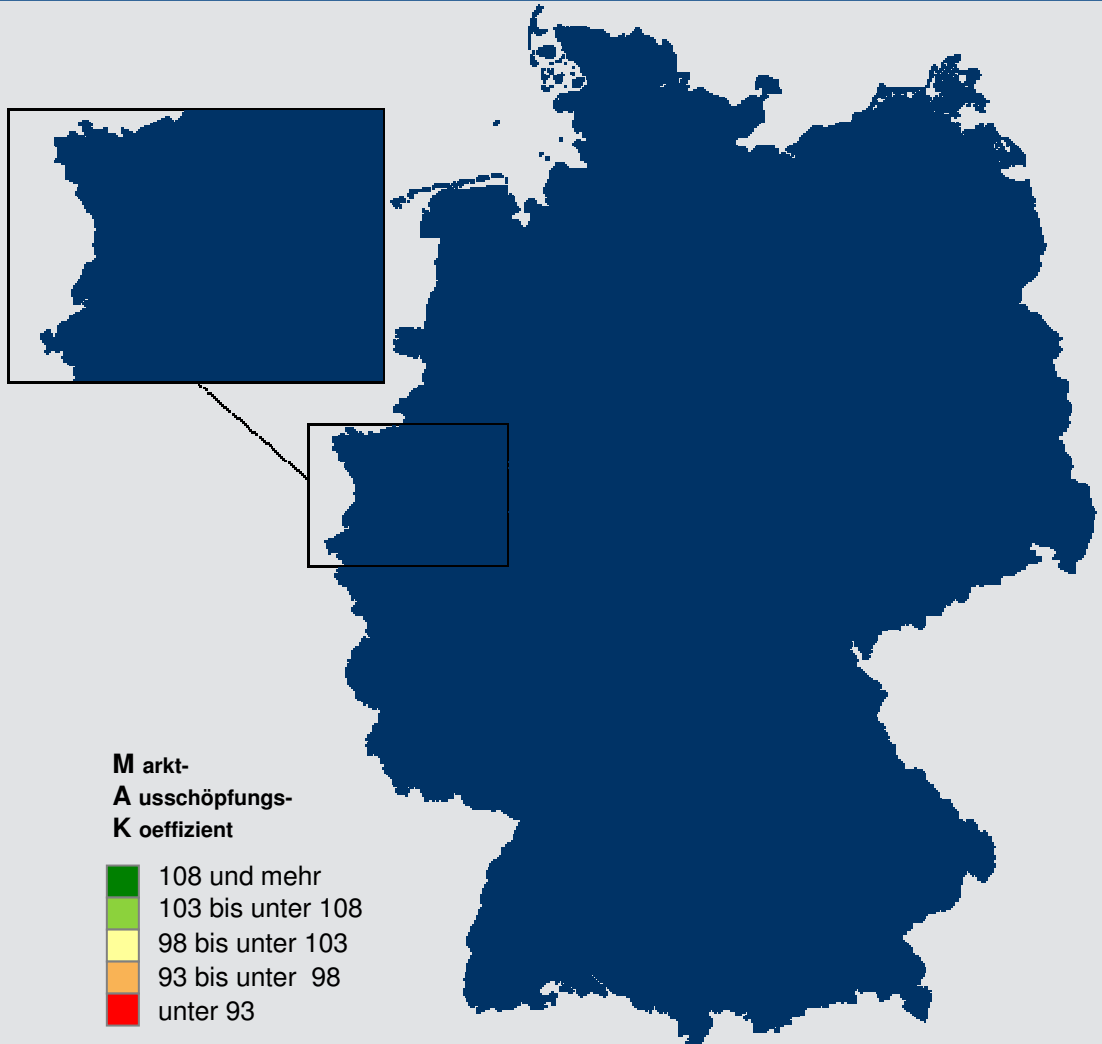


4. MAK Ergebnisse IV-2007 Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 0112)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	7 (+1 / -2)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bella	5351	wö	1,25	HBV
Glücks Revue	19036	wö	1,10	Burda
Lisa	9354	wö	1,00	Burda
Mach mal Pause	4513	wö	1,10	HBV
Neue Woche	45644	wö	1,00	Burda
SUPERillu	9391	wö	1,20	Burda
Tina	4111	wö	1,25	HBV

Anmerkung:
Der Titel „Lisa“ wechselt von den wöchentlichen, niedrigpreisigen Frauenzeitschriften in dieses Segment



Markt-
Ausschöpfungs-
Koeffizient

- 108 und mehr
- 103 bis unter 108
- 98 bis unter 103
- 93 bis unter 98
- unter 93

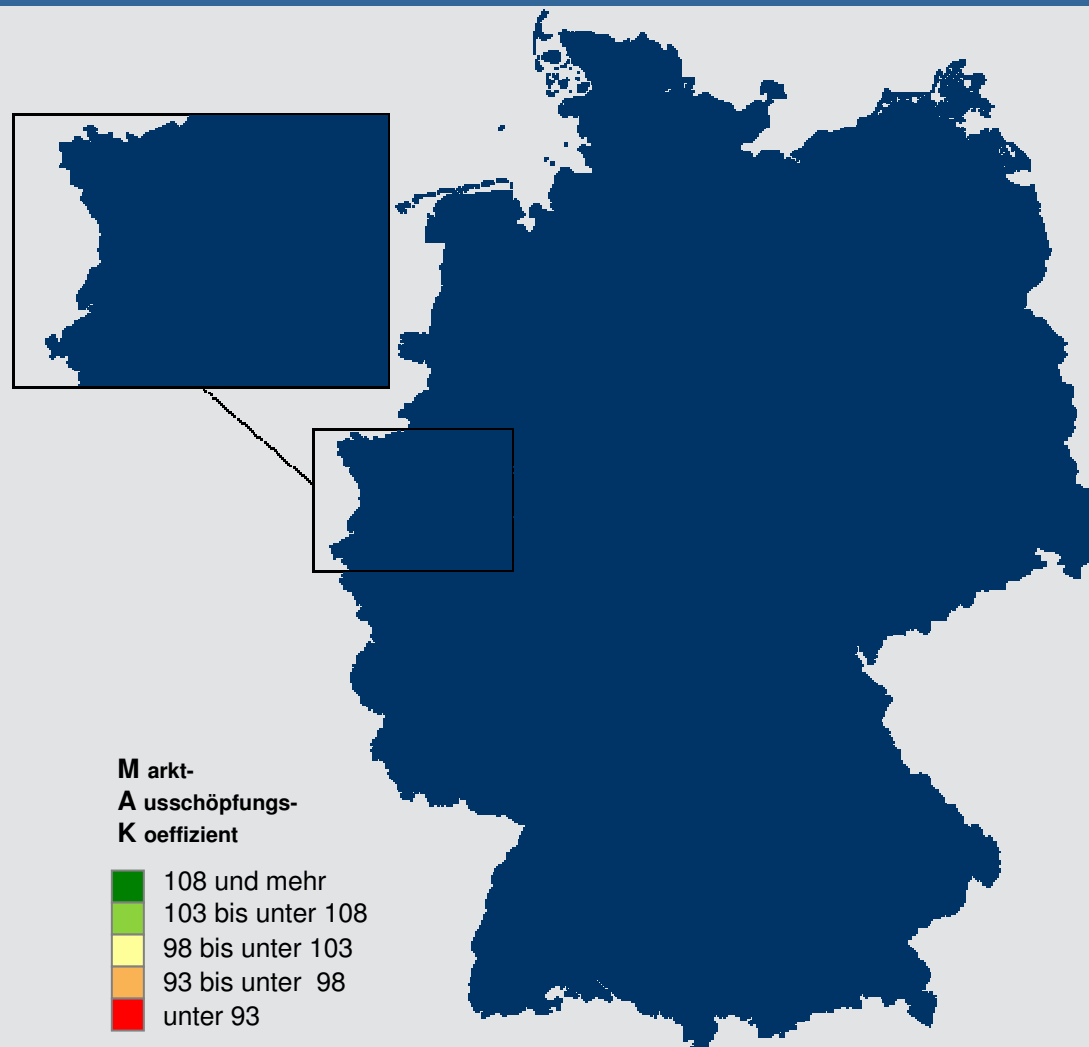
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Frauenzeitschriften wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 0113)

Segmentbeschreibung				
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA	
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA	
Anzahl Titel	12			

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
DAS GOLDENE BLATT	1907	wö	1,50	WZV
Das Neue	7708	wö	1,50	HBV
Das Neue Blatt	5134	wö	1,50	HBV
DIE AKTUELLE	6775	wö	1,50	WZV
ECHO DER FRAU	1199	wö	1,50	WZV
FRAU AKTUELL	2543	wö	1,50	WZV
Frau mit Herz	6327	wö	1,50	Klambt Verlag
Freizeit Revue	3034	wö	1,40	Burda
Heim und Welt	41310	wö	1,50	Klambt Verlag
Neue Post	8223	wö	1,50	HBV
NEUE WELT	7111	wö	1,50	WZV
Sieben Tage	3574	wö	1,50	Klambt Verlag



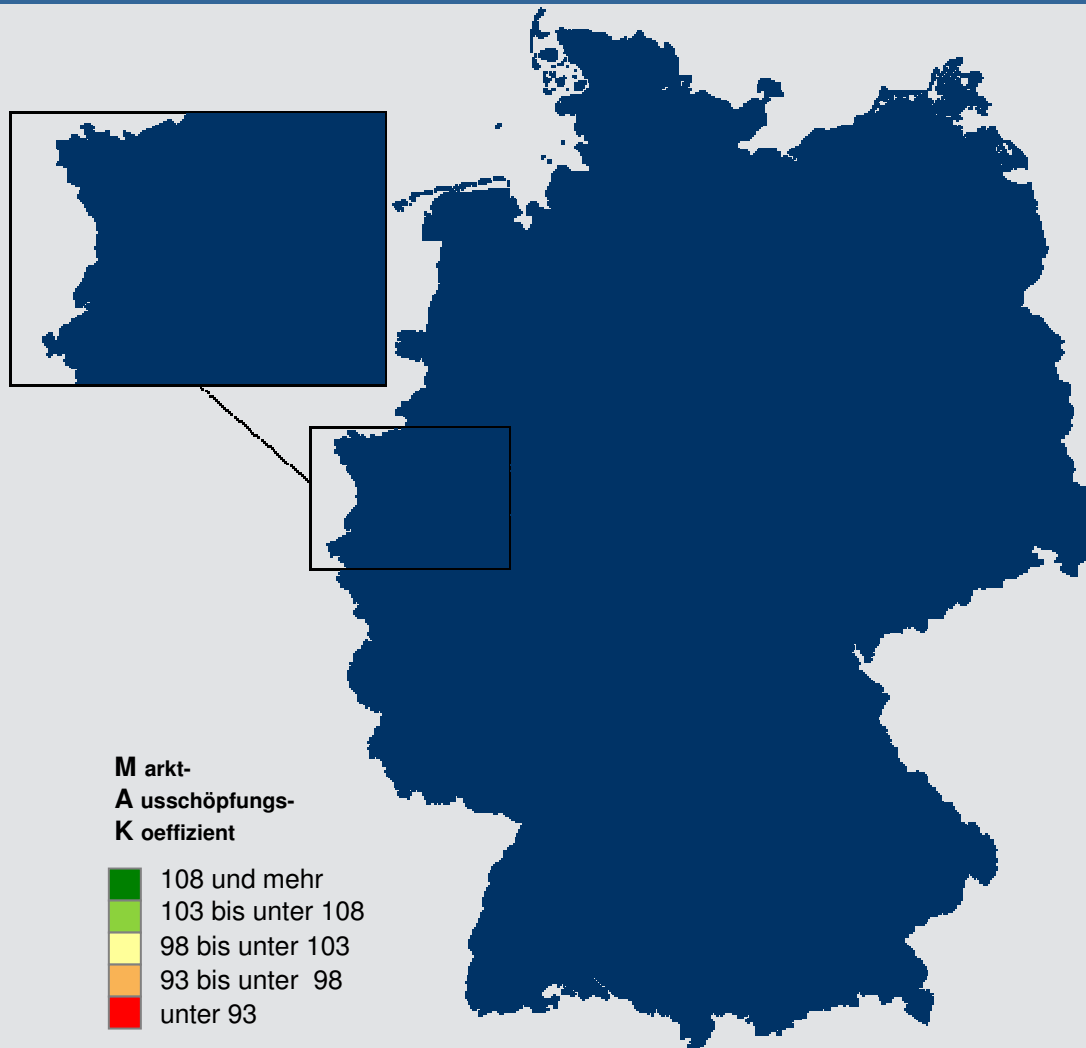
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Frauenzeitschriften wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 0114)

Segmentbeschreibung				
Umsatz Grosso	xxx	Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx	Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	36 (+4 / -3)**			

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Alles für die Frau	66760	wö	0,70	HBV
Avanti	52398	wö	0,55	HBV
Bella	5351	wö	1,25	HBV
Bild der Frau	6152	wö	0,85	AS
DAS GOLDENE BLATT	1907	wö	1,50	WZV
Das Neue	7708	wö	1,50	HBV
Das Neue Blatt	5134	wö	1,50	HBV
DIE AKTUELLE	6775	wö	1,50	WZV
Die neue Frau	48856	wö	0,80	Klambt Verlag
ECHO DER FRAU	1199	wö	1,50	WZV
FRAU AKTUELL	2543	wö	1,50	WZV
Frau im Trend	61490	wö	0,70	Burda
Frau mit Herz	6327	wö	1,50	Klambt Verlag
Frau von Heute	61886	wö	0,70	AS
Frau von Heute mit Freizeit Glück	74857	wö	1,30	AS
Freizeit Aktuell	74507	wö	0,80 *	Burda
Freizeit Revue	3034	wö	1,40	Burda
Freizeit Spass	65171	wö	0,80	Burda
Freizeit Woche	65089	wö	0,80	HBV
Glücks Revue	19036	wö	1,10	Burda
Heim und Welt	41310	wö	1,50	Klambt Verlag
Laura	81328	wö	0,90	HBV
Lea	50237	wö	0,90	Klambt Verlag
Lisa	9354	wö	1,00	Burda
Mach mal Pause	4513	wö	1,10	HBV
Mini	91217	wö	0,85	HBV
Neue Post	8223	wö	1,50	HBV
NEUE WELT	7111	wö	1,50	WZV
Neue Woche	45644	wö	1,00	Burda
Schöne Woche	51488	wö	0,59	HBV
Sieben Tage	3574	wö	1,50	Klambt Verlag
SUPERillu	9391	wö	1,20	Burda
Tina	4111	wö	1,25	HBV
Viel Spaß	50231	wö	0,70	Burda
Woche aktuell	74918	wö	0,80	Klambt Verlag
Woche der Frau	50607	wö	0,80	Klambt Verlag



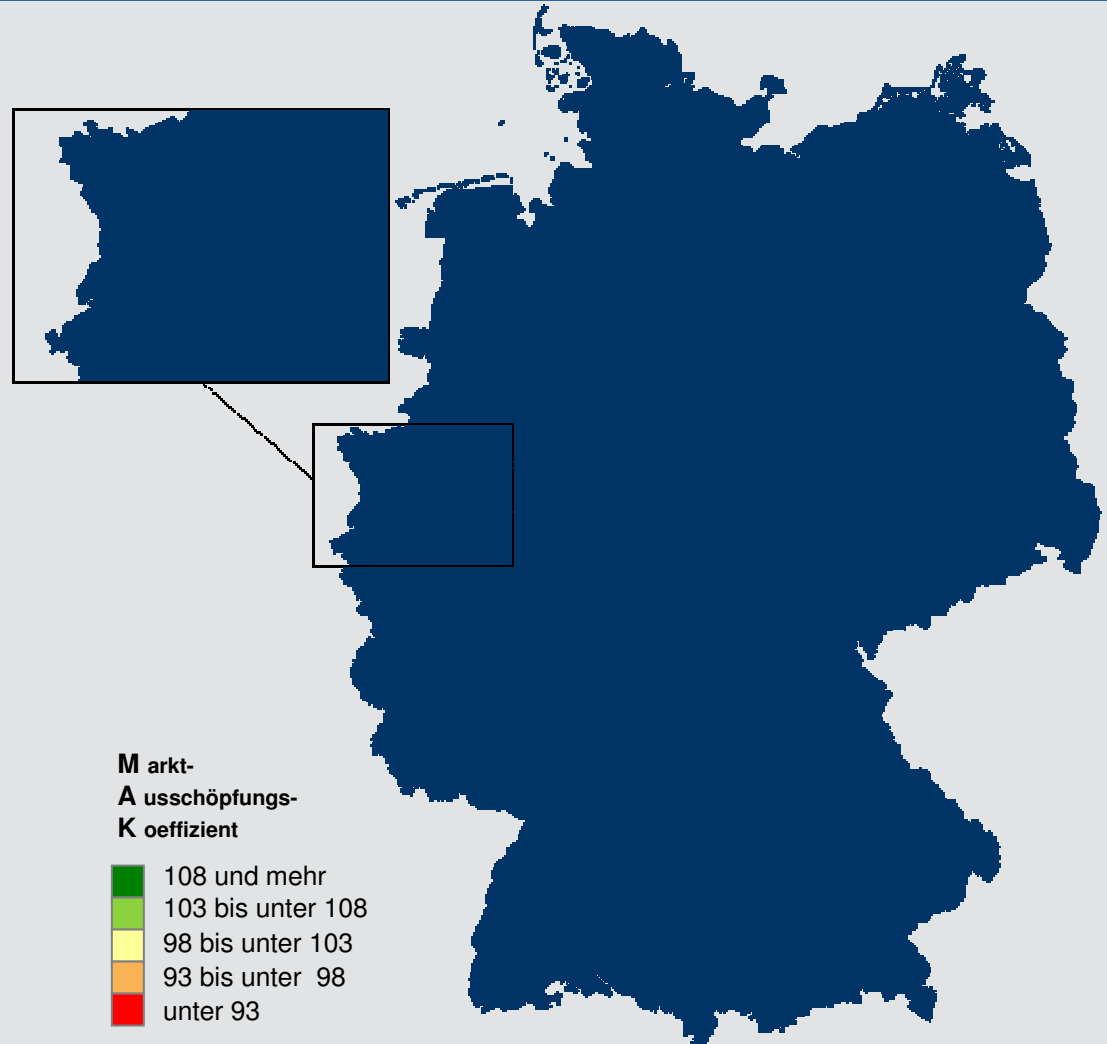
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Frauenzeitschriften 14-täglich (Segment-Nr. 0124)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	4 (-1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
BRIGITTE	1940	14-tgl	2,40	G+J
Freundin	3875	14-tgl	2,20	Burda
Für Sie	3081	14-tgl	2,20	Jahreszeiten
Glamour	53763	14-tgl	2,00	Conde Nast



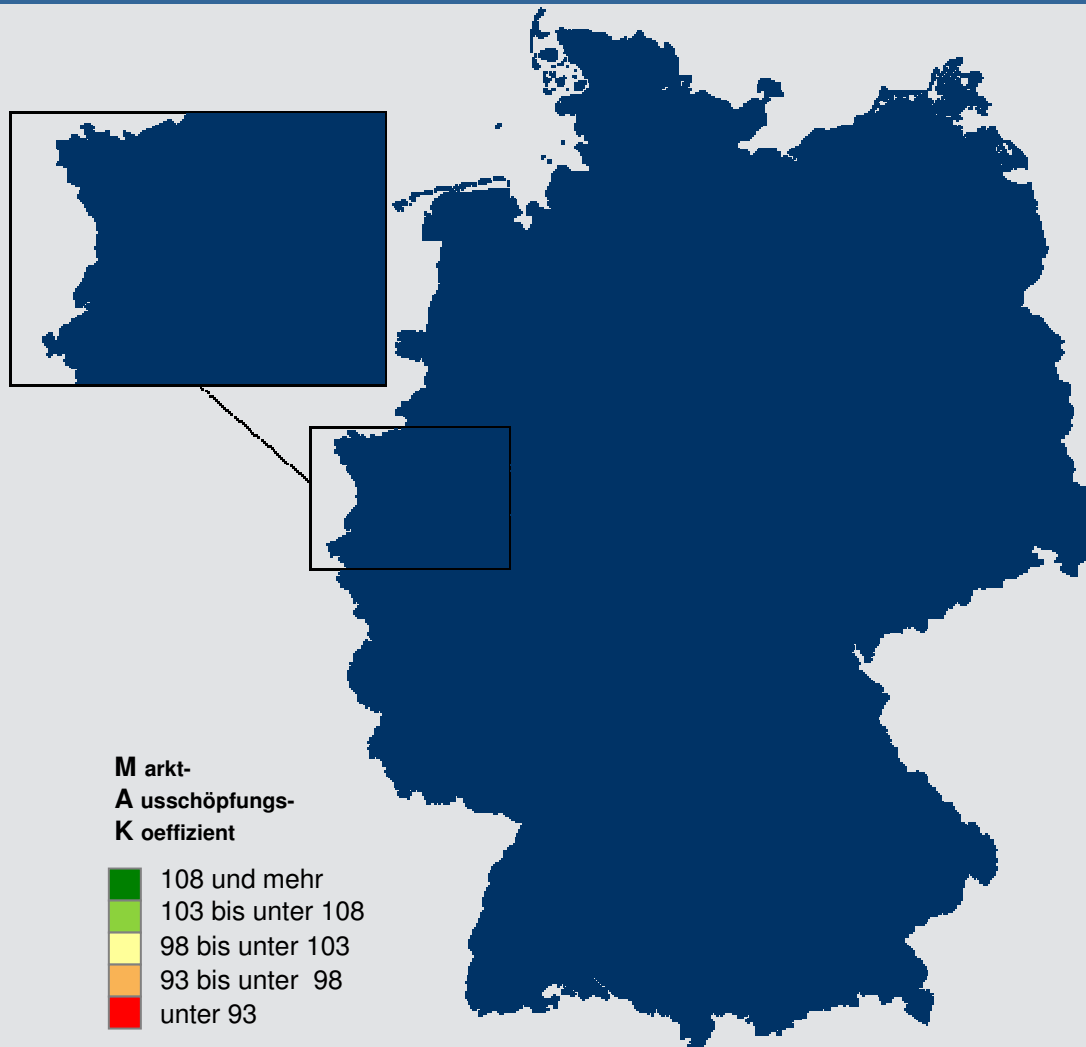
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Frauenzeitschriften monatlich (Segment-Nr. 0134)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	22 (+2/-1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
AMICA	41049	mon	4,00	Burda
AMICA pocket	60555	mon	1,90	Burda
Brigitte Woman	54043	mon	3,30	G+J
Burda Modemagazin	2017	mon	4,50	Burda
Celebrity	61915	mon	2,60	Marquard
COSMOPOLITAN	9102	mon	2,80	Marquard
Elle	9492	mon	5,00	Burda
emotion	70831	mon	3,80	G+J
Instyle	48815	mon	3,00	Burda
JOLIE	62922	mon	1,80	AS
JOY	80377	mon	1,80	Marquard
Lenz	48754	mon	3,00	Bayard Media
MADAME	4579	mon	6,00	Magazin-Presse-Verlag
Maxi	8345	mon	2,20	HBV
Meine Melodie	91212	mon	1,95	HBV
myself	69273	mon	2,80	Conde Nast
myself Pocket	70907	mon	1,80	Conde Nast
petra	2833	mon	2,50	Jahreszeiten
SHAPE	47900	mon	2,80	Marquard
vital	2873	mon	2,20	Jahreszeiten
Vogue	9302	mon	6,00	Conde Nast
Young	53982	mon	1,80	Burda

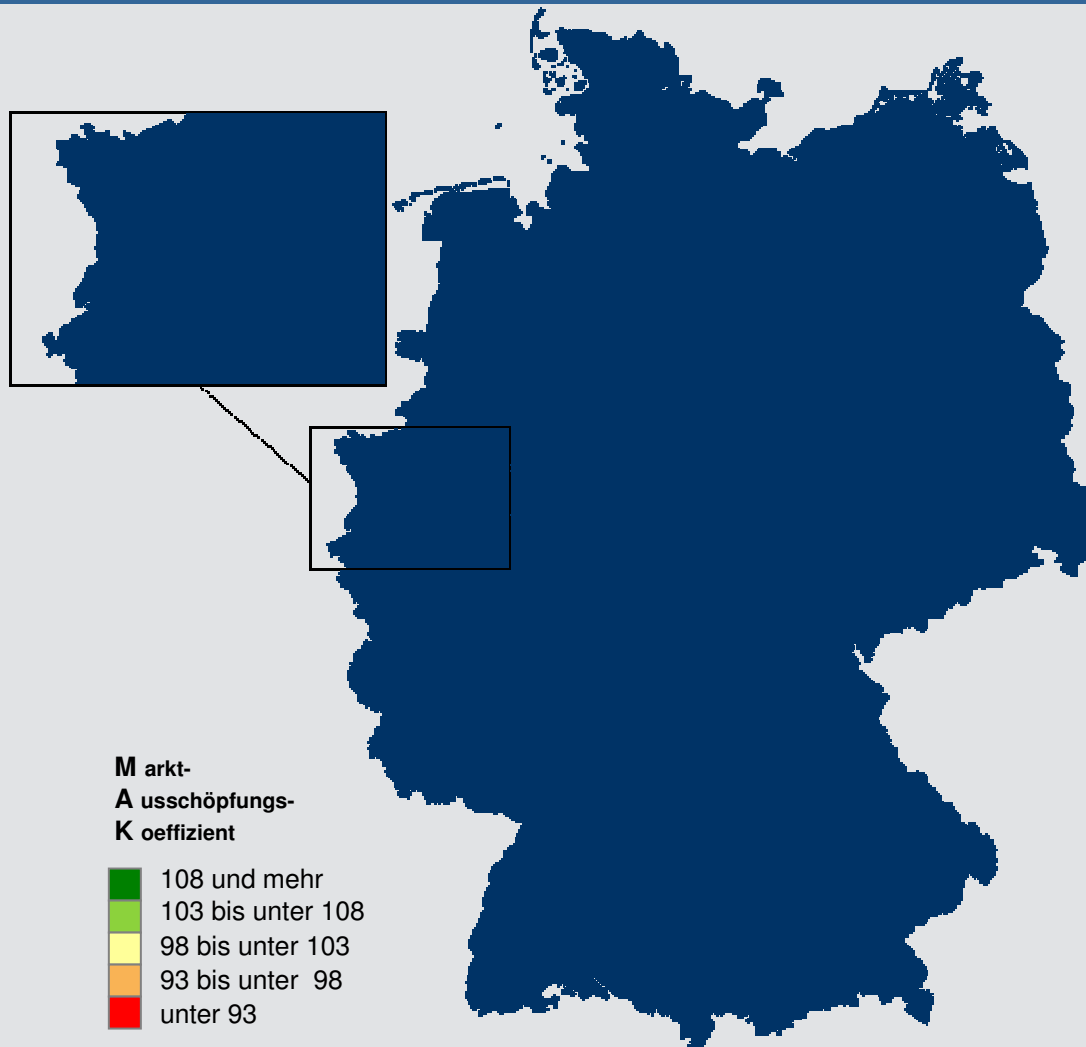


4. MAK Ergebnisse Aktuelle Illustrierte (Segment-Nr. 0204)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	7 (+1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bunte	2013	wö	2,60	Burda
FRAU IM SPIEGEL	8484	wö	1,50	G+J
GALA	9310	wö	2,50	G+J
in- Das Starmagazin	68859	wö	1,40	Klambt Verlag
In Touch	69845	wö	1,80	HBV
Revue	5151	wö	1,70	HBV
Vanity Fair	74167	wö	2,00 *	Conde Nast Verlag

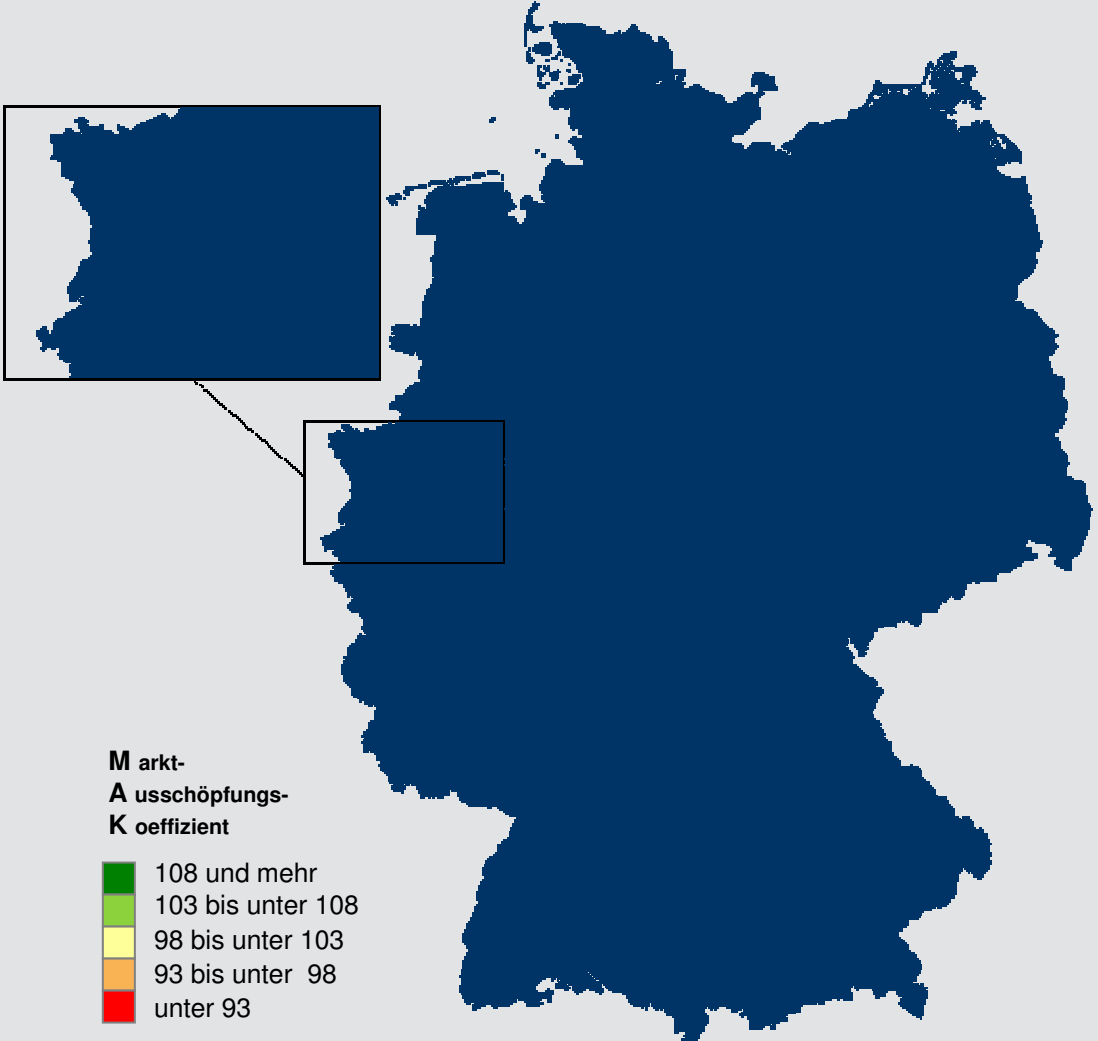


4. MAK Ergebnisse
Lifestyle-Zeitschriften (Segment-Nr. 0304)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	13 (+3 / -1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
FHM	75774	mon	3,90	Attic Futura Verlagsgruppe
FIT FOR FUN	3749	mon	3,00	Milchstrasse
GQ	44474	mon	4,00 *	Conde Nast
GQ Pocket	76412	unreg	1,00	Conde Nast
Healthy Living	69235	mon	2,20	G+J
Healthy Living Maxi Format	75277	mon	2,50	G+J
MATADOR	64114	mon	4,60	HBV Verlagsgruppe
MAX	6519	mon	3,50	Milchstrasse
Maxim	54957	mon	3,90	AS
Men's Health	41079	mon	3,80	Motorpresse Stuttgart
Men's Health Pocket	73341	unreg	3,00	Motorpresse Stuttgart
NEON	61997	mon	3,00	G+J
Playboy	6793	mon	4,60	Burda



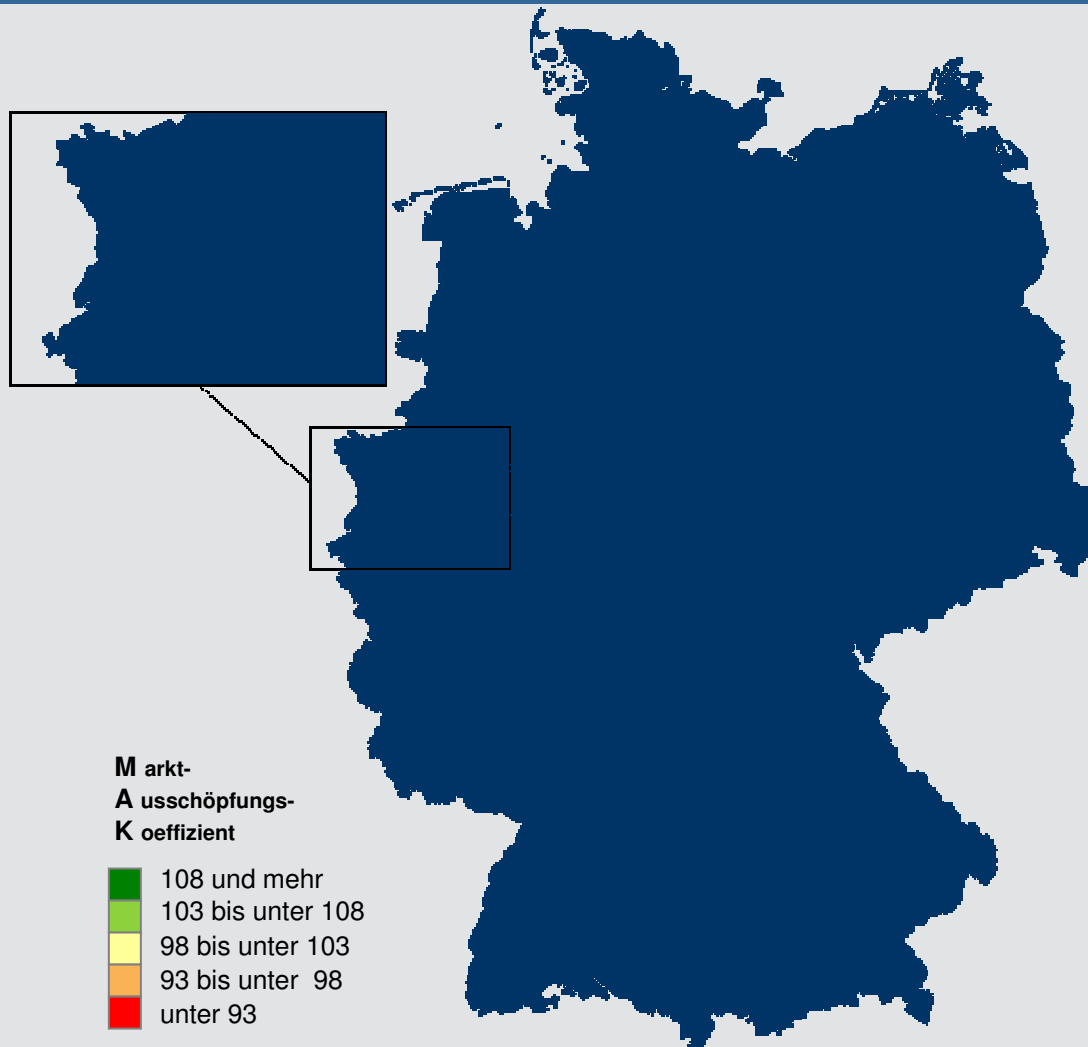
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Preisrätselmagazine (Segment-Nr. 0404)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	27 (+1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
100 Rätsel	66250	mon	1,30	PMV
7 Tage Rätsel-Prinz	65274	mon	1,40	Klambt Verlag
7T Rätselkönig	40889	mon	1,60	Klambt Verlag
Bild+Funk Rätsel	81374	mon	1,50	Deutscher Rätselverlag
Bild Woche Rätsel	66925	mon	1,40	AS
D AKT PREISRAEITSEL MAG	19103	mon	1,55	Deutscher Rätselverlag
DNF Gewinnen Sie	81413	mon	1,60	Klambt Verlag
EXTRA	81405	mon	1,80	Klambt Verlag
Extra-Rätsel	19046	mon	1,60	Deutscher Rätselverlag
Freizeit Revue Profi Rätsel	81362	mon	1,55	Burda
Freizeit Revue Rätsel Spezial	81369	mon	1,45	Burda
Freizeit Revue Rätsel Welt	69711	mon	1,55	PMV
Freizeit Revue Senator Rätsel	41739	mon	1,45	Burda
freizeit&rätsel-mag.	83698	mon	1,60	Klambt Verlag
Gewinnrätsel	81402	mon	1,60	Klambt Verlag
Glücks Revue Spezial Rätsel	83012	mon	1,20	Burda
Glücks-Gewinn-Rätsel	51020	mon	1,80	Deutscher Rätselverlag
Glücksrätsel	19047	mon	1,60	Deutscher Rätselverlag
Gong Ratefuchs	48532	mon	1,50	Deutscher Rätselverlag
Gong Rätselkiste	19100	mon	1,45	Deutscher Rätselverlag
Rätsel & Freizeit	81411	mon	1,60	Klambt Verlag
Rätsel Blitz	43787	mon	1,40	Pabel-Moewig
Rätsel Kaiser	81375	mon	1,40	Burda
Riesen Rätsel Revue	91250	mon	1,65	Pabel-Moewig Stegenwaller
Viel Spass Rätsel	72321	mon	1,20	Entertainment Group
WdF Rätsel m. Piiff	49279	mon	1,60	Klambt Verlag
WodFr Glückspilz	47245	mon	1,60	Klambt Verlag

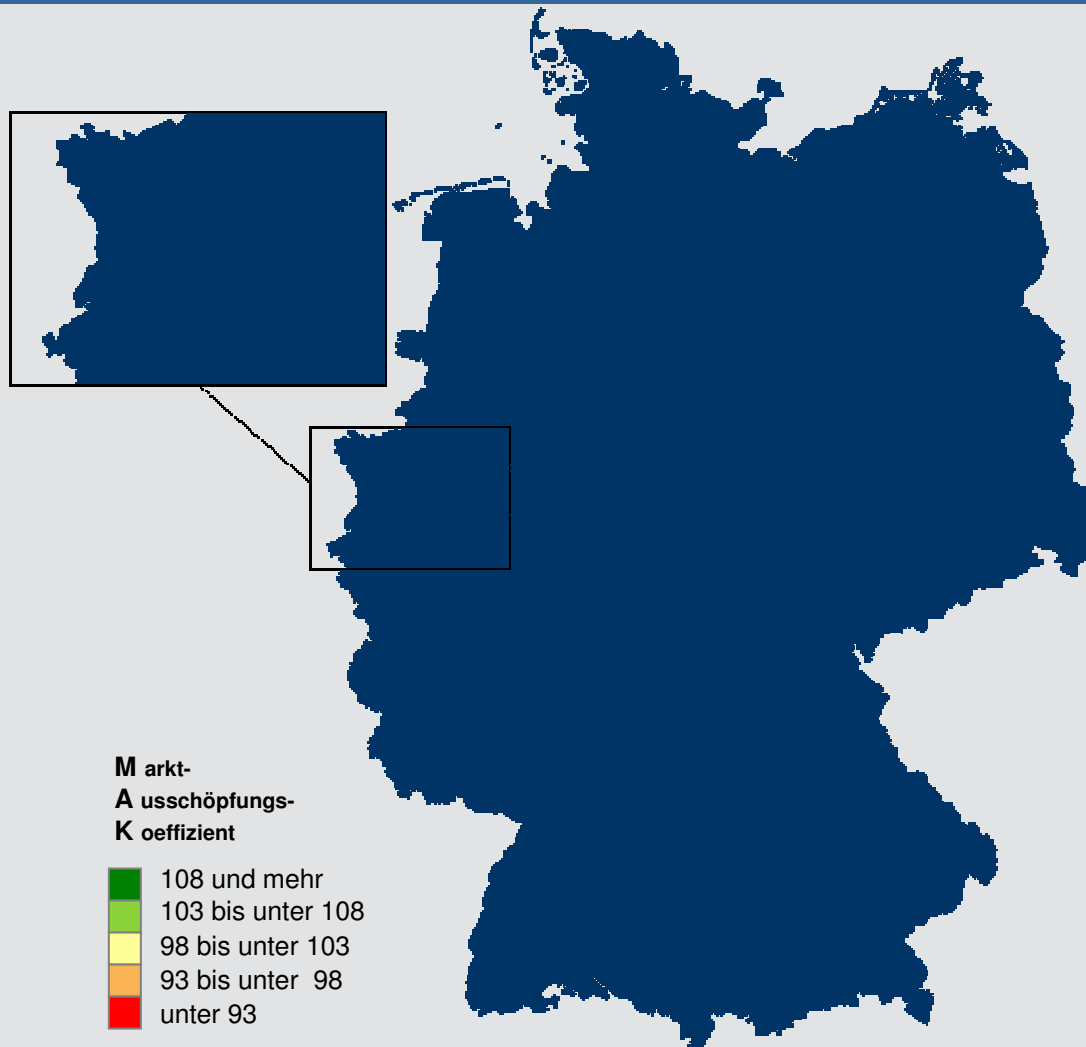


4. MAK Ergebnisse Sportzeitschriften (Segment-Nr. 0504)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	10		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bike	10145	mon	4,20 *	Delius Klasing Verlag
Bravo Sport	81322	14-tgl	1,95 *	HBV
Cavallo	41477	mon	3,60	Motor Presse Stuttgart
Just Kick-It!	67675	mon	2,70 *	Panini
kicker Donnerstag	1367	wö	1,60	Olympia-Verlag
kicker Montag	1367	wö	2,10	Olympia-Verlag
Mountain Bike	90767	mon	3,90	Motor Presse Stuttgart
Runner's World	90716	mon	4,20	Motor Presse Stuttgart
SportBILD	4186	wö	1,30	AS
Tour Radmagazin	1593	mon	4,20	Delius Klasing Verlag



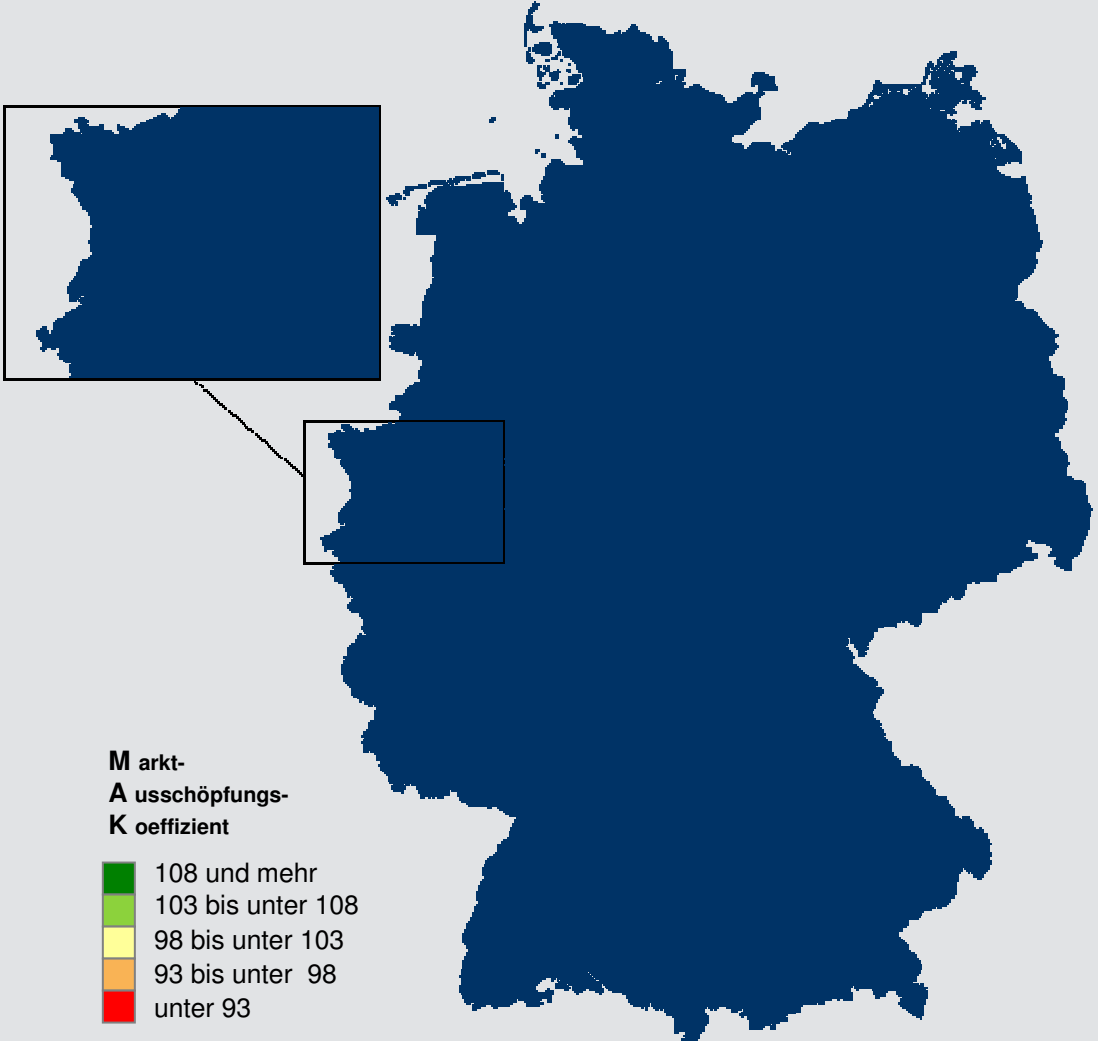
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Motorpresse (Segment-Nr. 0604)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	21		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Auto Bild	4333	wö	1,30	AS
Auto Bild Alles Allrad	57553	mon	3,20	AS
Auto Bild Sportcars	57554	mon	3,20	AS
auto motor und sport	1418	14-tgl	3,50	Motor Presse Stuttgart
automobil TEST	42946	mon	2,00	AS
AUTOSTraßenverkehr	11161	14-tgl	1,30	Motor Presse Stuttgart
Autozeitung	5337	14-tgl	1,90	HBV
Bikers News	91141	mon	5,00	Huber Verlag
Flash Opel Scene	80362	mon	3,50	Promedia
MO Motorrad Magazin	3436	mon	3,90	MO Medien Verlag
Mopped	12879	mon	1,95	Motor Presse Stuttgart
Motor Klassik	6525	mon	3,90	Motor Presse Stuttgart
MOTORRAD	4973	14-tgl	3,50	Motor Presse Stuttgart
Motorrad News	91520	mon	1,95	Syburger Verlag
MOTORRADFAHRER	84345	mon	2,00	Reiner H. Nitschke
Off Road	6022	mon	3,80	Off Road
OLDTIMER MARKT	91177	mon	3,20	VFW
OLDTIMER PRAXIS	91181	mon	1,90	VFW
Tourenfahrer	11227	mon	5,00	Reiner H. Nitschke
Trucker Magazin	2843	mon	3,50	Springer Transport Media
VW SCENE INTERNATIONA	84354	mon	3,50	TV Trend



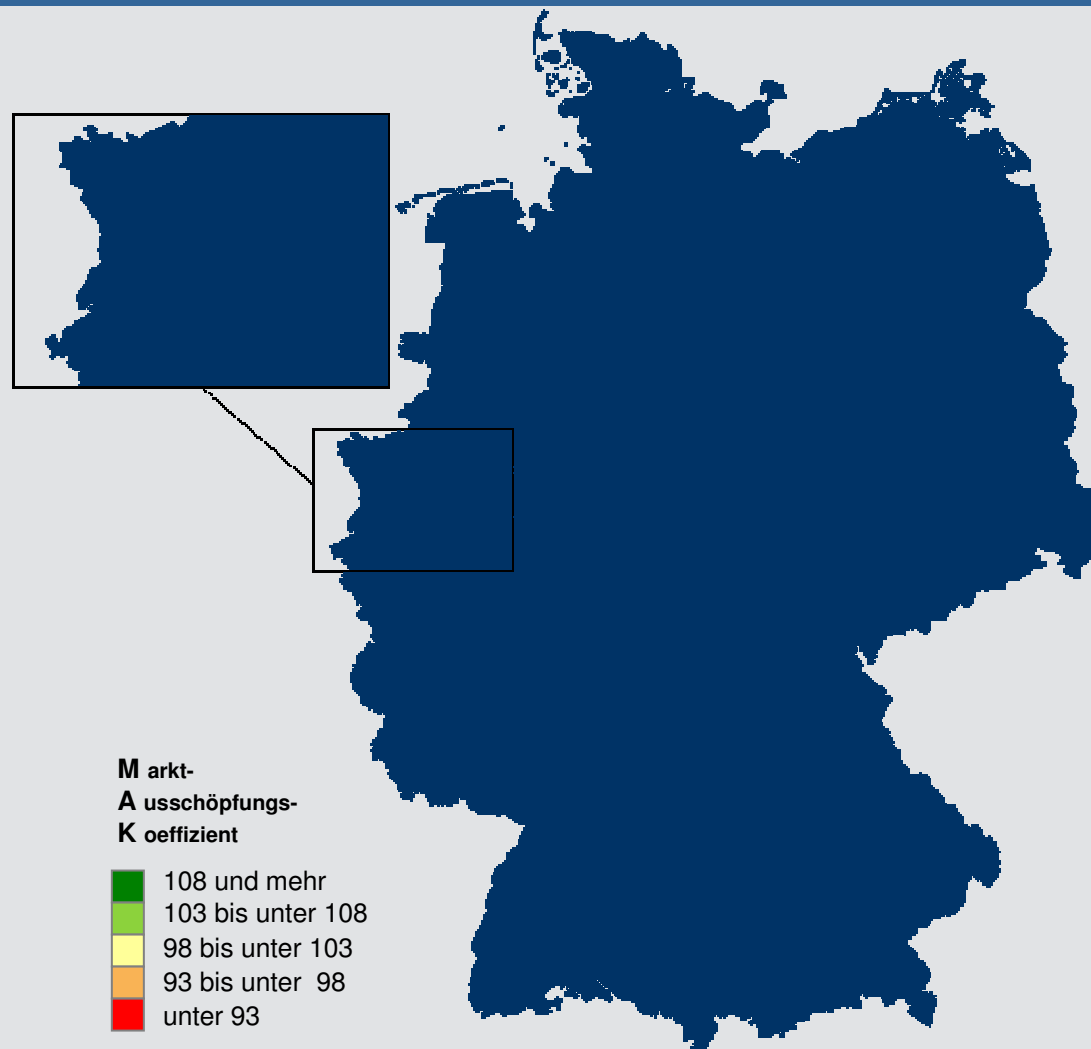
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Haus/Garten/Tiere (Segment-Nr. 0704)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	18		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
AD Architectural Digest	41854	mon	6,00	Conde Nast
EIN HERZ FUER TIERE	4164	mon	2,50	WZV
FLORA GARTEN	8118	mon	2,90	G+J
Gartenspaß	51617	mon	1,80	Burda
Gartenzeitung	11169	mon	2,70	Deutscher Bauernverlag
Gärtnern Leichtgemacht	55525	mon	2,70	Living & More Verlag
Laura Wohnen kreativ	48969	mon	2,00	HBV
Lisa Blumen & Pflanzen	50369	mon	1,50	Burda
Lisa Wohnen & Dekorieren	45643	mon	2,00	Burda
Living & More	55522	mon	2,90	Living & More Verlag
LIVING AT HOME	52913	mon	3,50	G+J
Mein schöner Garten	6355	mon	3,00	Burda
SCHÖNER WOHNEN	6141	mon	4,00	G+J
Selbermachen	4515	mon	2,95	Jahreszeiten
Selbst ist der Mann	6274	mon	2,90	HBV
Wohnen & Garten	50370	mon	3,50	Burda
Wohnidee	7659	mon	3,00	HBV
Zuhause Wohnen	4936	mon	2,95 *	Jahreszeiten

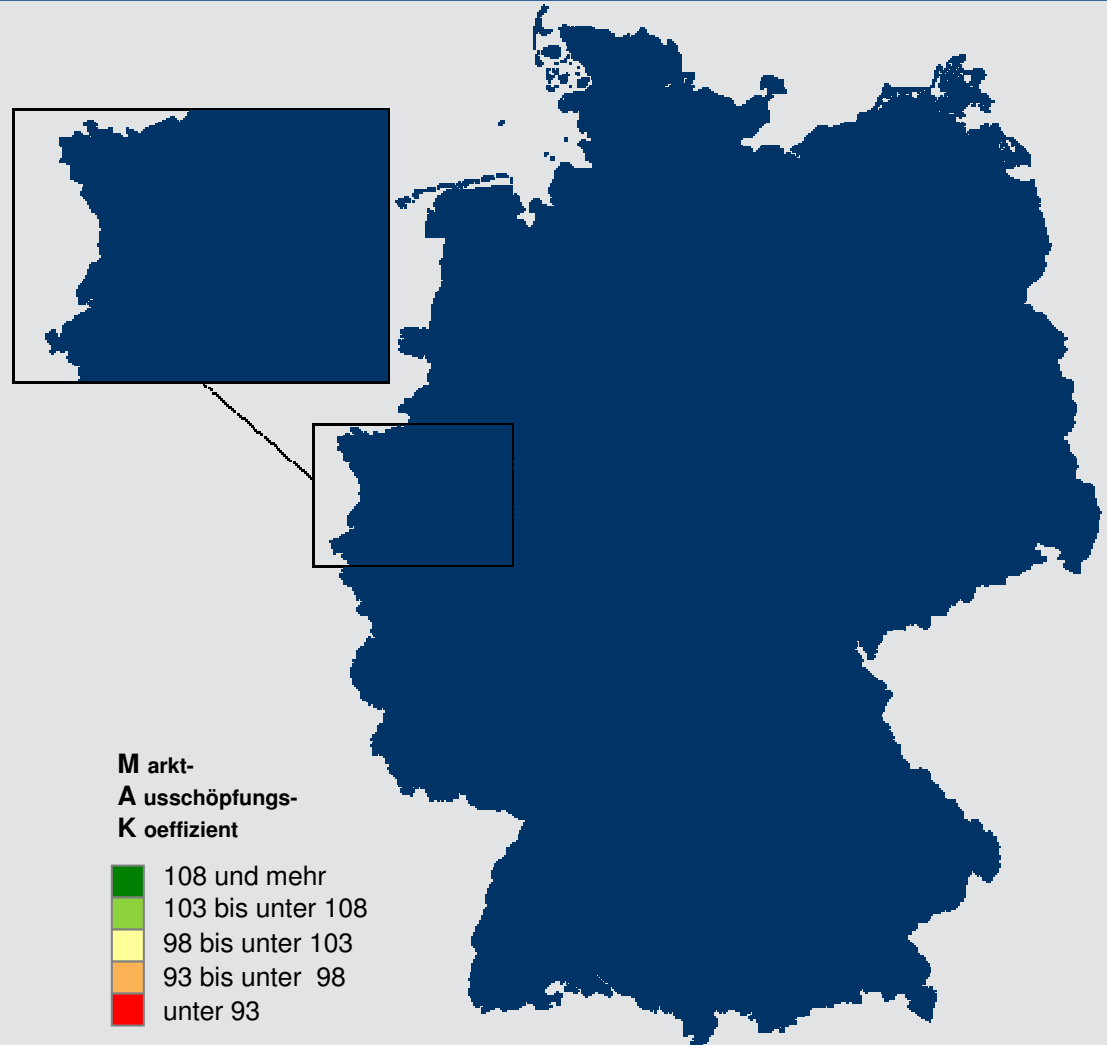


4. MAK Ergebnisse Kochen (Segment-Nr. 0804)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	10		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
ARD-BUFFET	83016	mon	1,95	Burda
ESSEN & TRINKEN	7660	mon	3,70	G+J
ESSEN & TRINKEN für jeden	61087	mon	2,50	G+J
Feinschmecker	1707	mon	6,00	Jahreszeiten
Kochen und Geniessen	8057	mon	2,70	HBV
Lecker	63600	mon	3,00	HBV
Lisa Kochen & Backen	43532	mon	1,50	Burda
Rezepte mit Pfiff	6080	mon	2,30	Klambt Verlag
Rezepte Pur	62309	mon	0,99	HBV
Tina Koch & Backideen	44164	mon	1,80	HBV

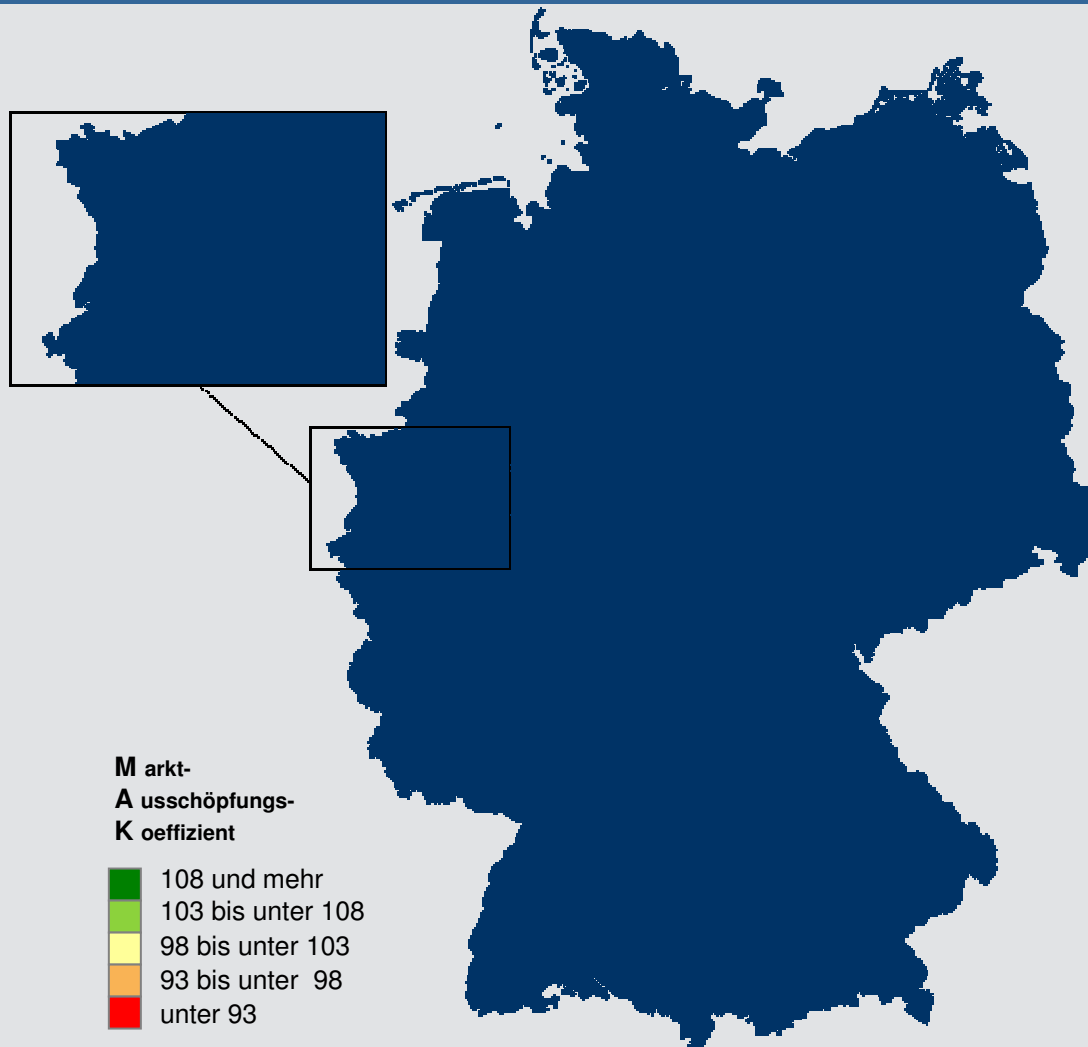


4. MAK Ergebnisse Jugend-Zeitschriften (Segment-Nr. 0904)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	21 (+1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bravo	1917	wö	1,30	HBV
Bravo Girl	5687	14-tgl	1,70	HBV
CHICA	62088	mon	1,00	Egmont Ehapa
Disney Einfach TIERISCH	59917	mon	2,50	Egmont Ehapa
GEO lino	41719	mon	3,20	G+J
Go Girl Magazin	65579	mon	2,40	Egmont Ehapa
GZSZ - Gute Zeiten schlechte Zeiten	40374	mon	2,70 *	Panini
hey!	66238	mon	1,80 *	Panini
Jessy	63964	mon	2,10	Panini
LISSY	45995	mon	2,00 *	HBV
Mädchen	9116	14-tgl	1,70	AS
Pferde - Freunde fürs Leben	59284	mon	2,20 *	Panini
Popcorn	9117	mon	2,10	AS
Starflash	59784	mon	2,40	AS
SUGAR	45898	mon	2,00	Attic Futura
Tiere - Freunde fürs Leben	47877	mon	2,40	Panini
Top of the Pops	51561	mon	2,40	Egmont Ehapa
Wendy	85503	wö	2,00 *	Egmont Ehapa
Blue Ocean Entertainment, Stuttgart				
Winx Club	75209	mon	2,50	Stuttgart
Witch	53225	mon	2,50	Egmont Ehapa
Yam	53271	wö	1,30	AS

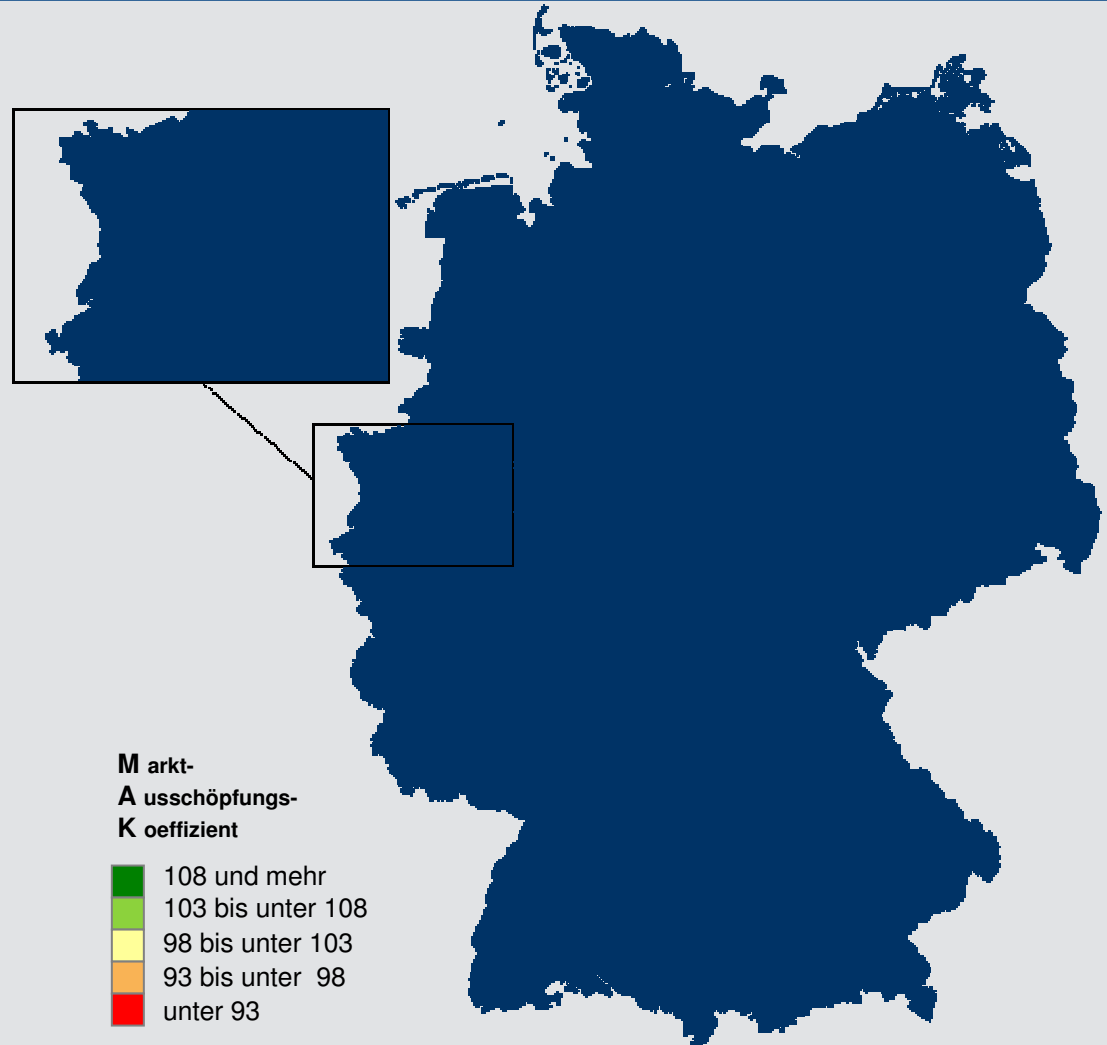


4. MAK Ergebnisse Eltern-Zeitschriften (Segment-Nr. 1004)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	5 (+1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
ELTERN	6060	mon	2,70	G+J
ELTERN for family	41332	mon	2,30	G+J
Familie & Co	64865	mon	2,30	Family Media GmbH
Leben & Erziehen	84375	mon	1,99	Weltbild
Baby & Co.	70342	mon	1,95	Family Media GmbH

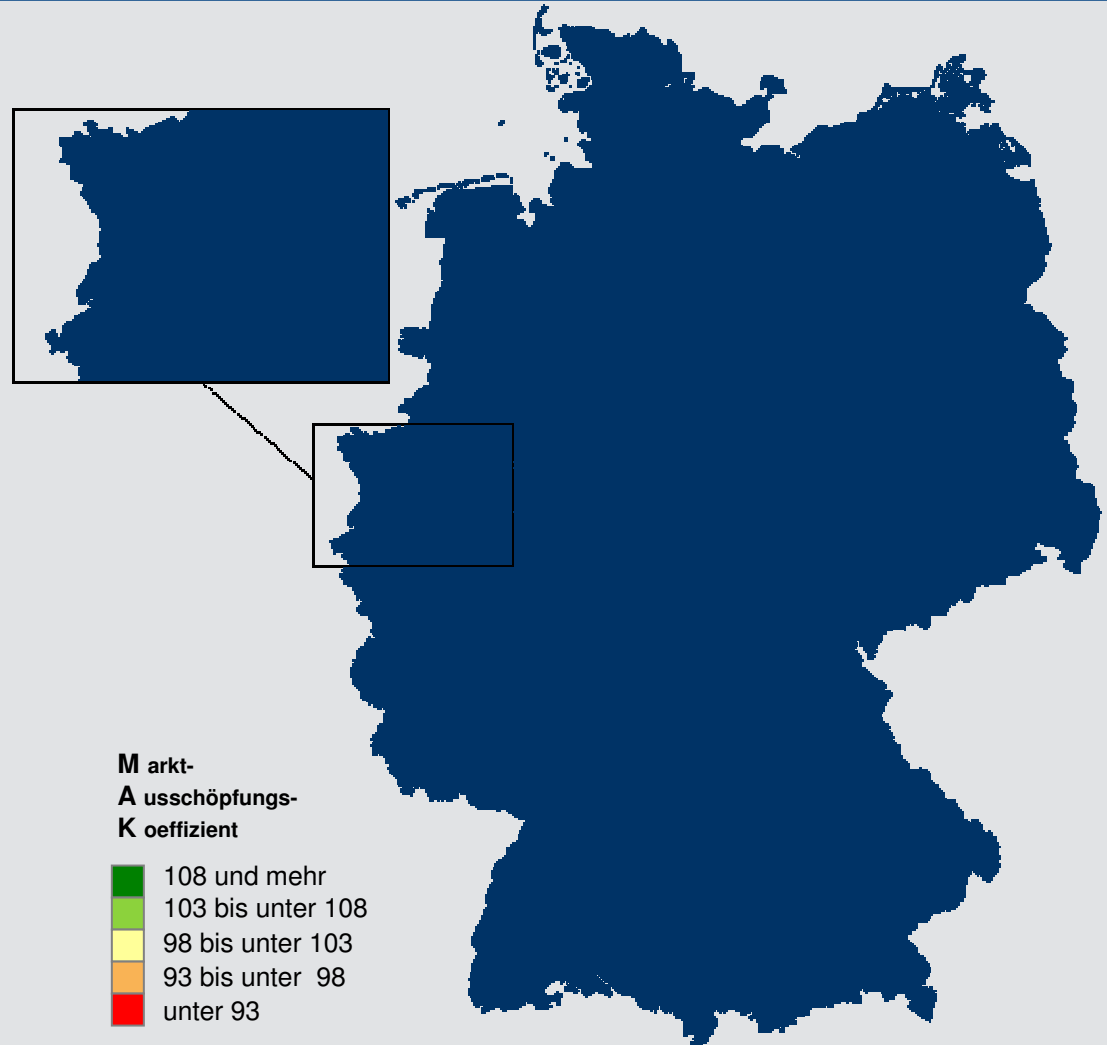


4. MAK Ergebnisse Erotik-Zeitschriften (Segment-Nr. 1104)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	2 (-1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
COUPÉ	91099	mon	3,10	HBV
PRALINE	5670	wö	1,80	GLM, Ungarn



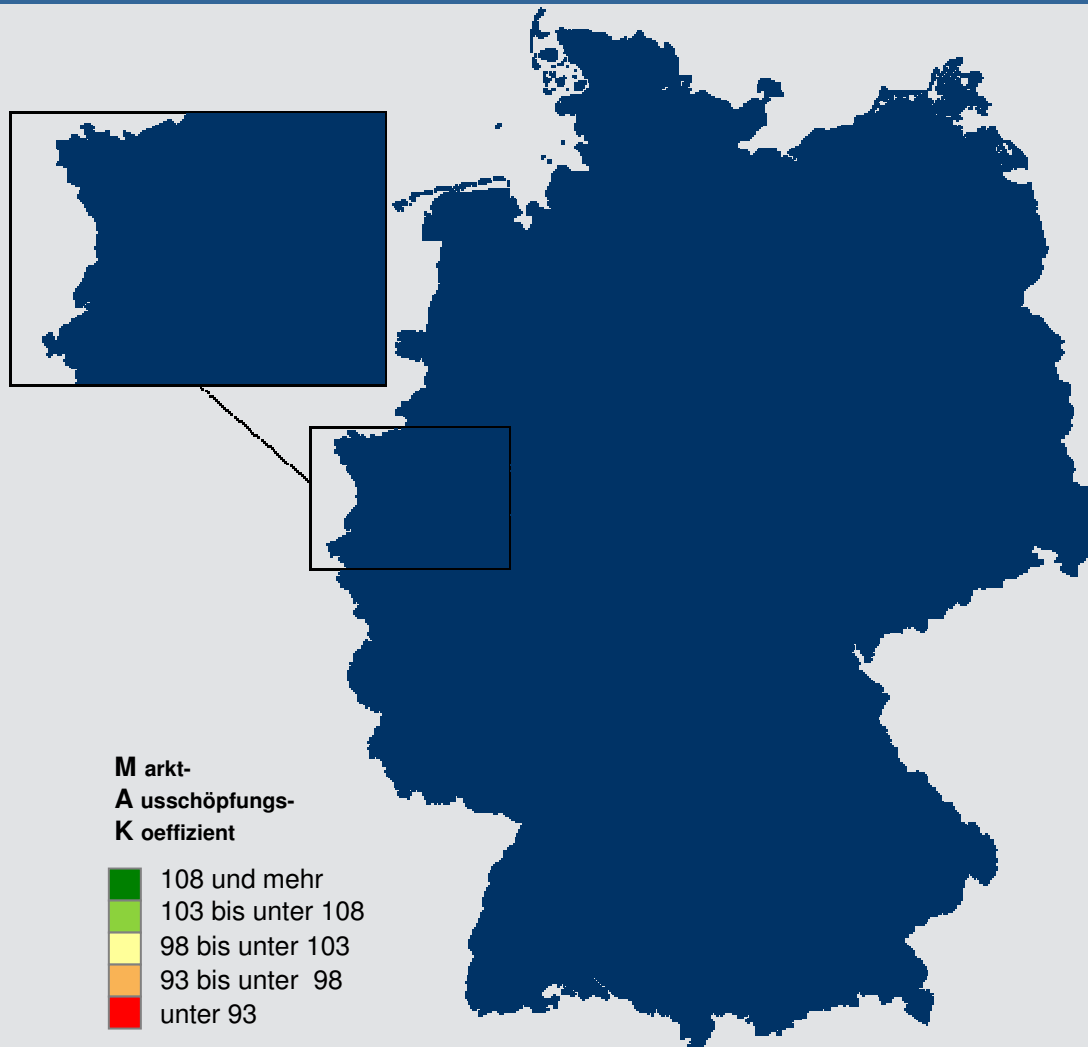
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Computerpresse (Segment-Nr. 1204)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	34 (+3 / -7)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bravo ScreenFun	43162	mon	4,50	HBV
CHIP Magazin mit CD	5722	mon	3,99	Vogel /Burda
CHIP Magazin mit DVD	57968	mon	4,99	Vogel /Burda
CHIP Magazin ohne CD	60846	mon	1,99	Vogel /Burda
Chip / Tomorrow Package	71280	unreg	2,99	Burda
COM! mit CD	41150	mon	3,30	Neue Medien-gesellschaft Ulm
COM! mit DVD	68504	mon	4,50	Neue Medien-gesellschaft Ulm
COM! ohne CD	67810	mon	1,20	Neue Medien-gesellschaft Ulm
Computer Bild mit CD	61606	14-tgl	2,50	AS
Computer Bild mit DVD	67494	14-tgl	3,50	AS
Computer Bild ohne CD	41686	14-tgl	1,00	AS
Computer Bild Sp Gold	71871	mon	4,99	AS
Computer Bild Spiele mit DVD	65682	mon	2,99	AS
c't - Magazin f. Computertechnik	91484	14-tgl	3,30	H.Heise
Game Pro	53552	mon	4,99	IDG
Games Aktuell	61457	mon	2,99	Cypress
GAME STAR mit DVD	55141	mon	4,99	IDG
GAME STAR ohne CD	49652	mon	2,99	IDG
GameStar XL	71256	mon	5,90	IDG
Mac Up	19074	mon	5,90	rettec publishing
Mac Welt mit CD	84371	mon	5,90	IDG
PC Action mit DVD	50027	mon	5,30	Computec
PC Games Hardware mit DVD	64436	mon	4,99	Computec
PC Games mit DVD	12782	mon	4,99 *	Computec
PC Games ohne CD	62134	mon	3,30 *	Computec
PC GO mit Premium DVD	59896	mon	6,99	Weka
PC GO mit DVD	40451	mon	4,99	Weka
PC MAGAZIN mit CD Pocket Format	59164	mon	1,99	Weka
PC MAGAZIN mit DVD	4430	mon	4,99	Weka
PC MAGAZIN mit Premium-DVD	58782	mon	6,99	Weka
PC Praxis DVD	71079	mon	4,49	Data Becker GmbH & Co
PC WELT mit DVD	58428	mon	4,99	IDG
PC WELT ohne CD	54172	mon	1,20	IDG
TV Movie Multimedia	73347	mon	3,90	HBV



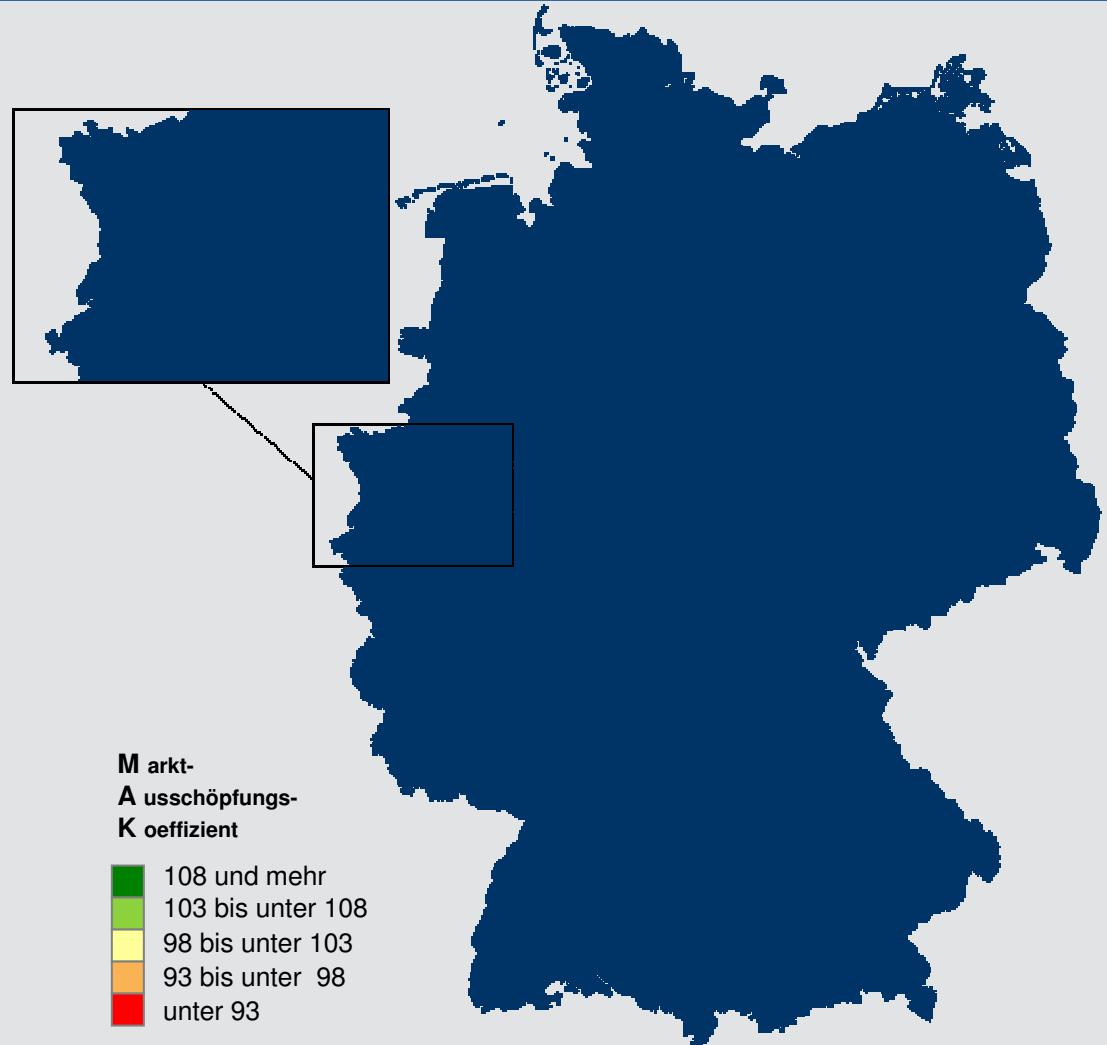
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Wissensmagazine (Segment-Nr. 1304)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	7		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
GEO	2498	mon	6,00	G+J
NATIONAL GEOGRAPHIC	50690	mon	4,50	G+J
P.M. History	90624	mon	4,50	G+J
P.M.Fragen+Antworten	53049	mon	3,80	G+J
PM Magazin	5844	mon	3,30	G+J
Psychologie Heute	6940	mon	5,90	Julius Beltz
Welt der Wunder	49908	mon	3,50	HBV



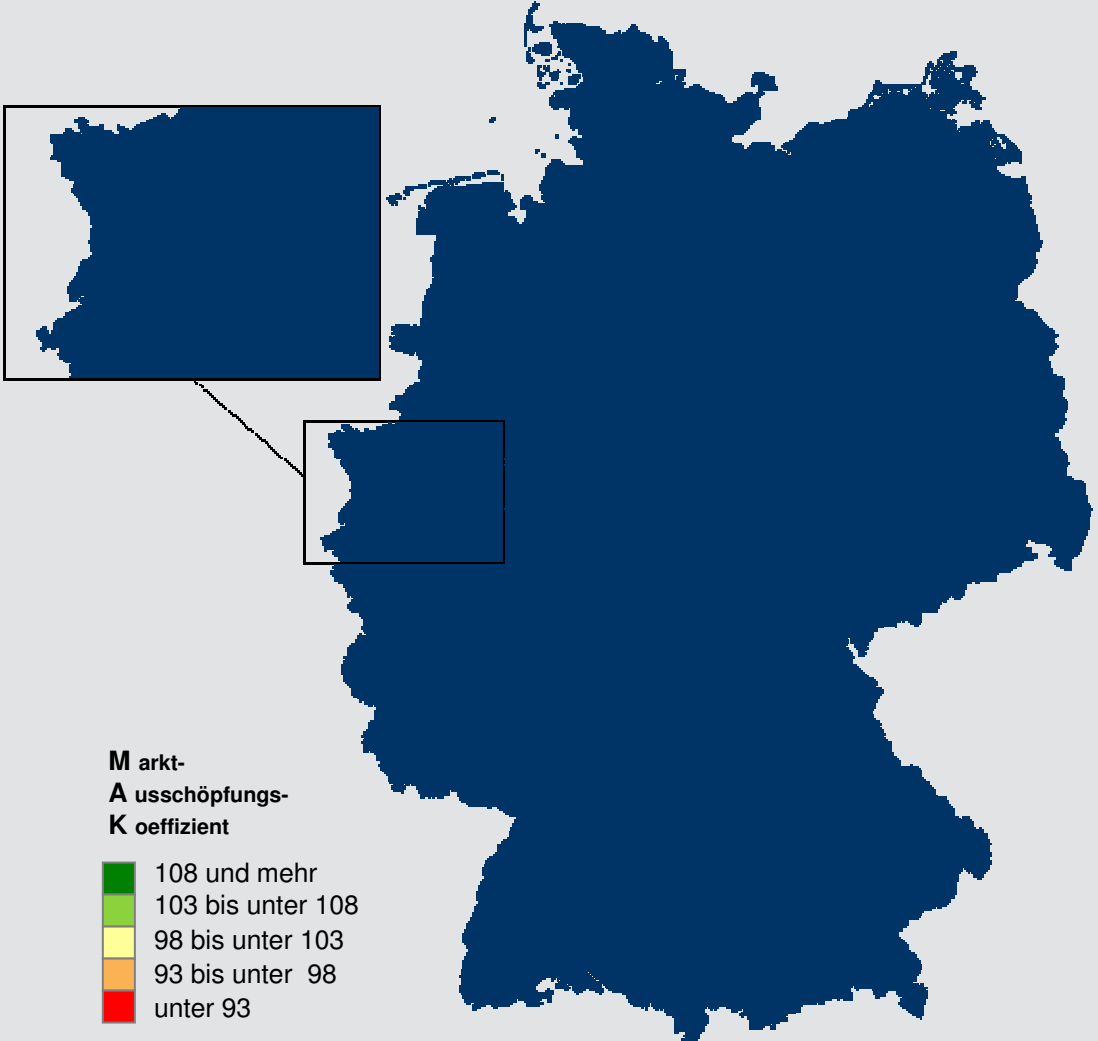
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Wirtschaftspresse (Segment-Nr. 1514)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	8		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Börse Online	7576	wö	3,50	G+J
Brandeins	50698	mon	7,60	brand 1 Verlagsgesellschaft
CAPITAL	2052	14-tgl	3,50	G+J
DER AKTIONÄR	42348	wö	3,50	Börsenmedien AG
Euro mit Finanzen	10548	mon	5,50	AS
Focus Money	51486	wö	3,20	Burda
manager magazin	6634	mon	6,50	Spiegel Verlag
WirtschaftsWoche	80658	wö	3,40 *	Verlagsgruppe Holtzbrinck



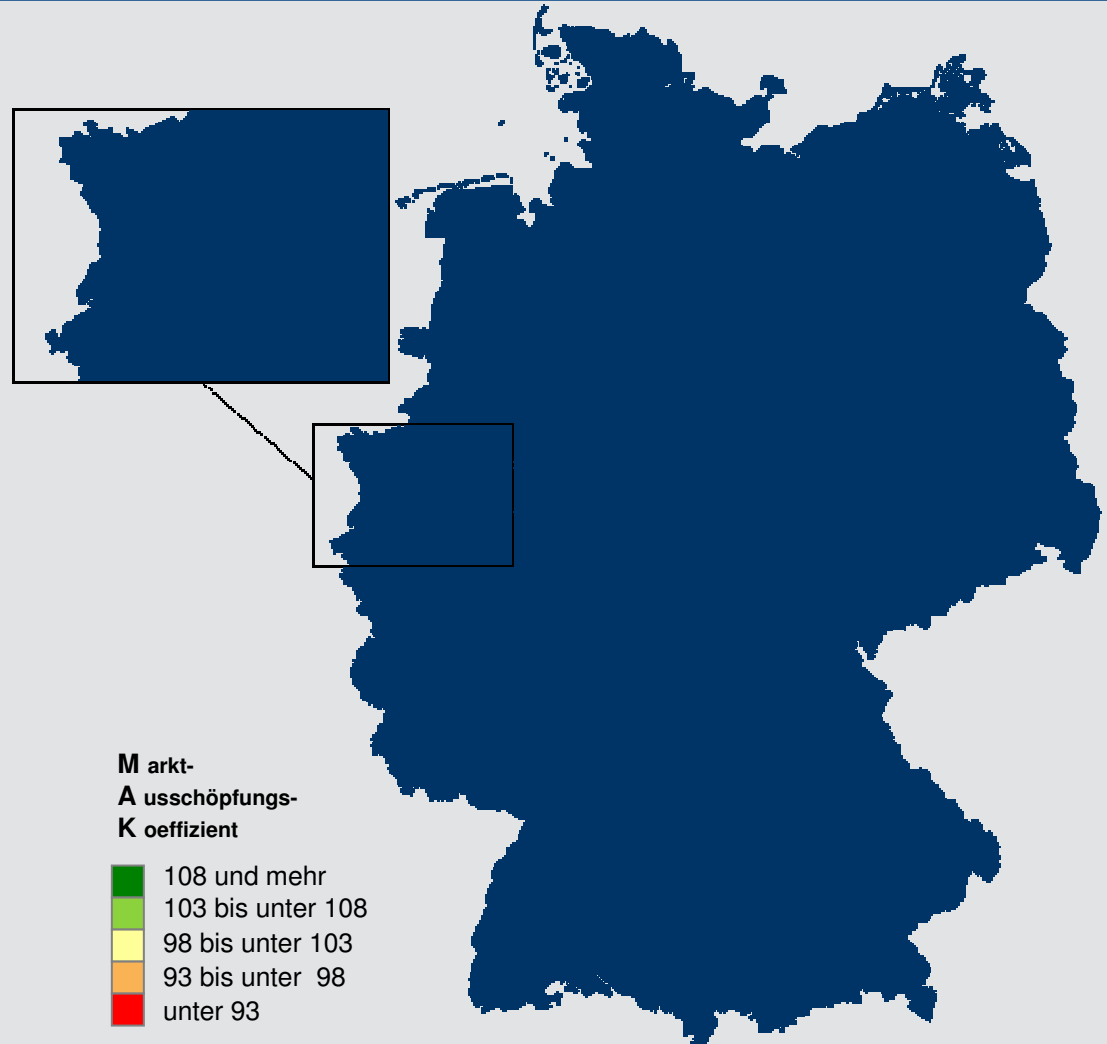
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 1611)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	2 (-1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
TV klar	11250	wö	0,70	HBV
TV neu	80661	wö	0,70	AS



4. MAK Ergebnisse

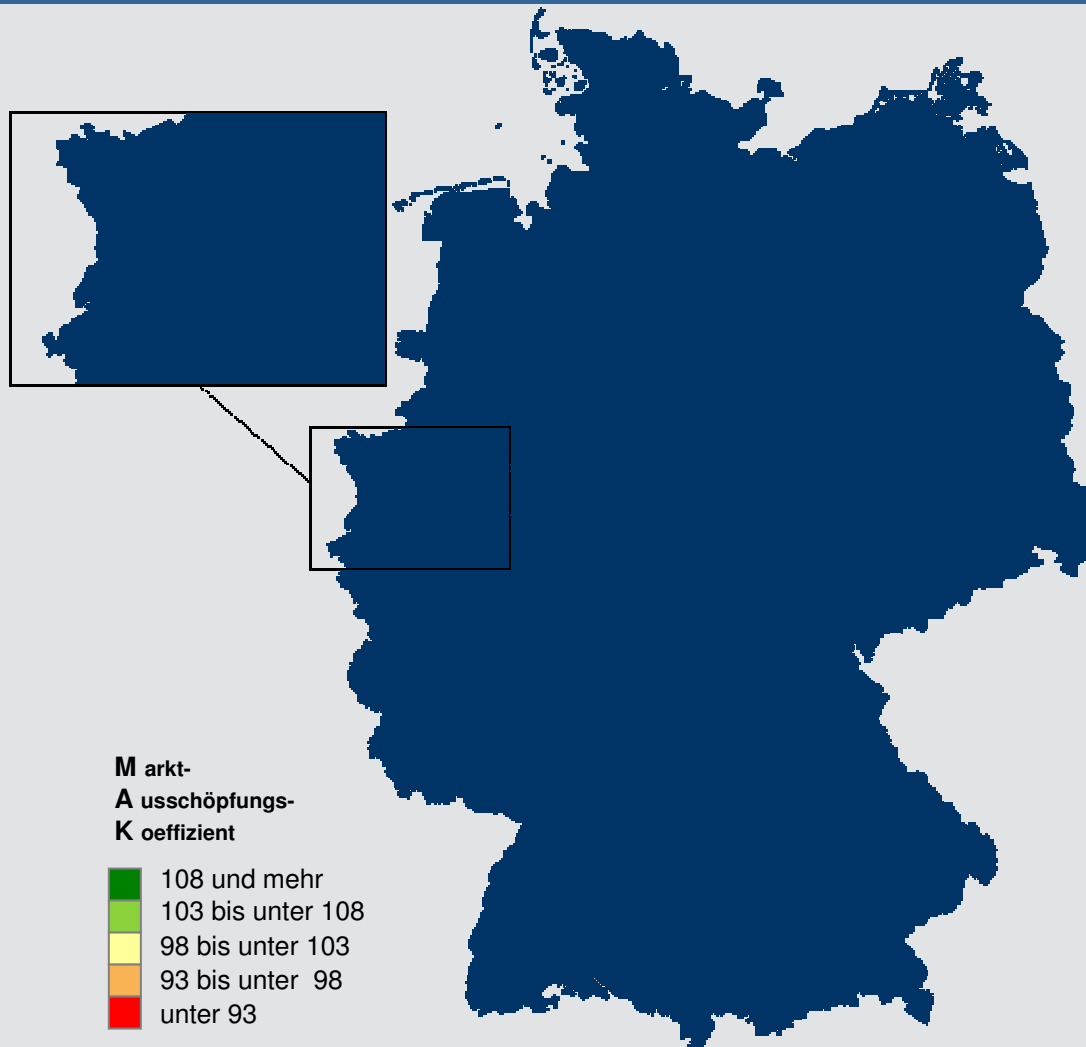
IV-2007

Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 1612)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	6 (+1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Auf einen Blick	3785	wö	1,00	HBV
Bild Woche	40487	wö	1,00	AS
DIE 2	2953	wö	1,10	WZV
Fernsehwoche	3454	wö	1,00	HBV
Funk Uhr	81454	wö	1,00	AS
Super TV (nur in Grosso-Ost)	83321	wö	1,10	WZV

Anmerkung: Der Titel „Super TV“ wechselt von den wöchentlichen, niedrigpreisigen Programmzeitschriften in dieses Segment



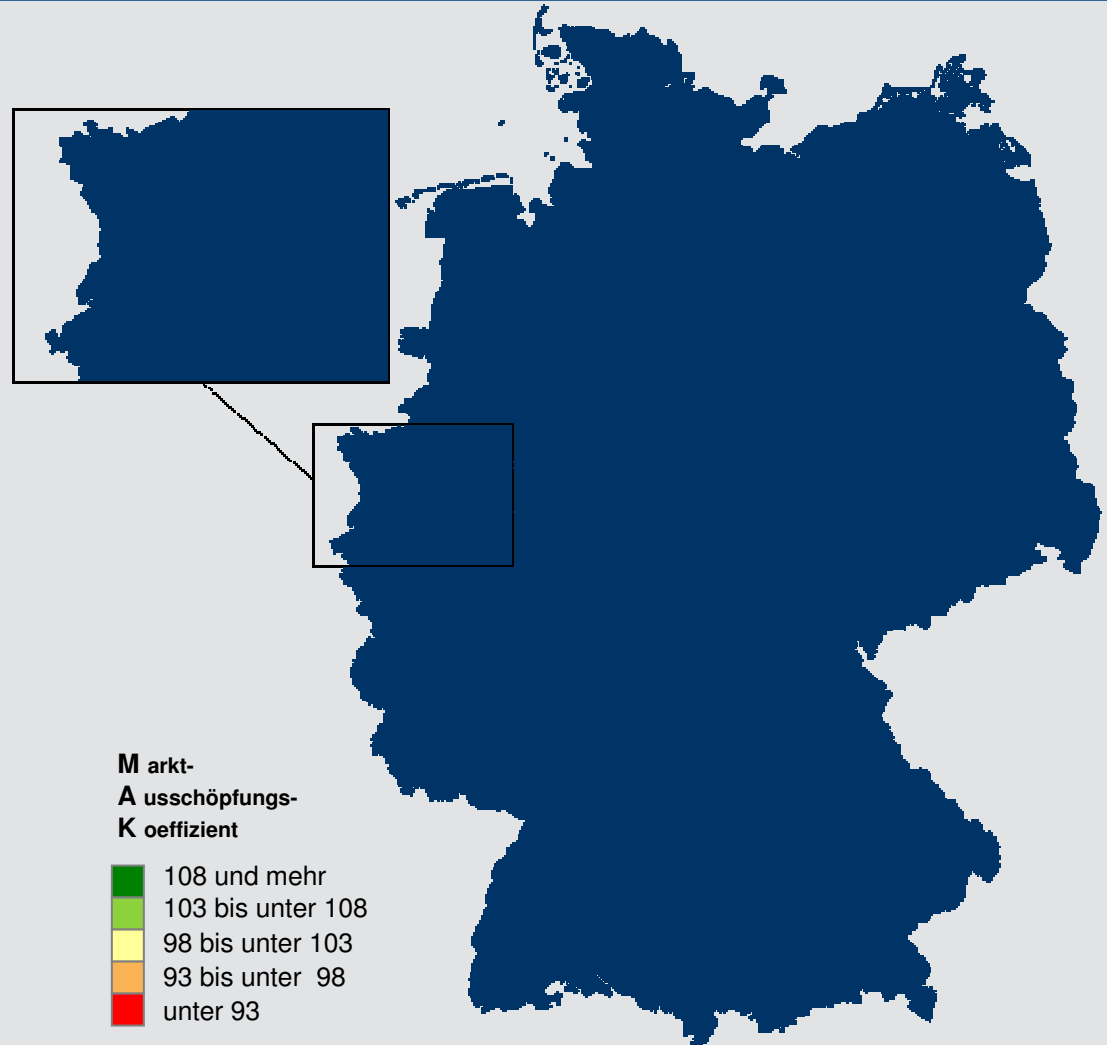
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Programmpresse wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 1613)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	4		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bild + Funk	1778	wö	1,50	WZV
Gong	3314	wö	1,50	WZV
Hörzu	81443	wö	1,50	AS
TV Hören und Sehen	3784	wö	1,50	HBV

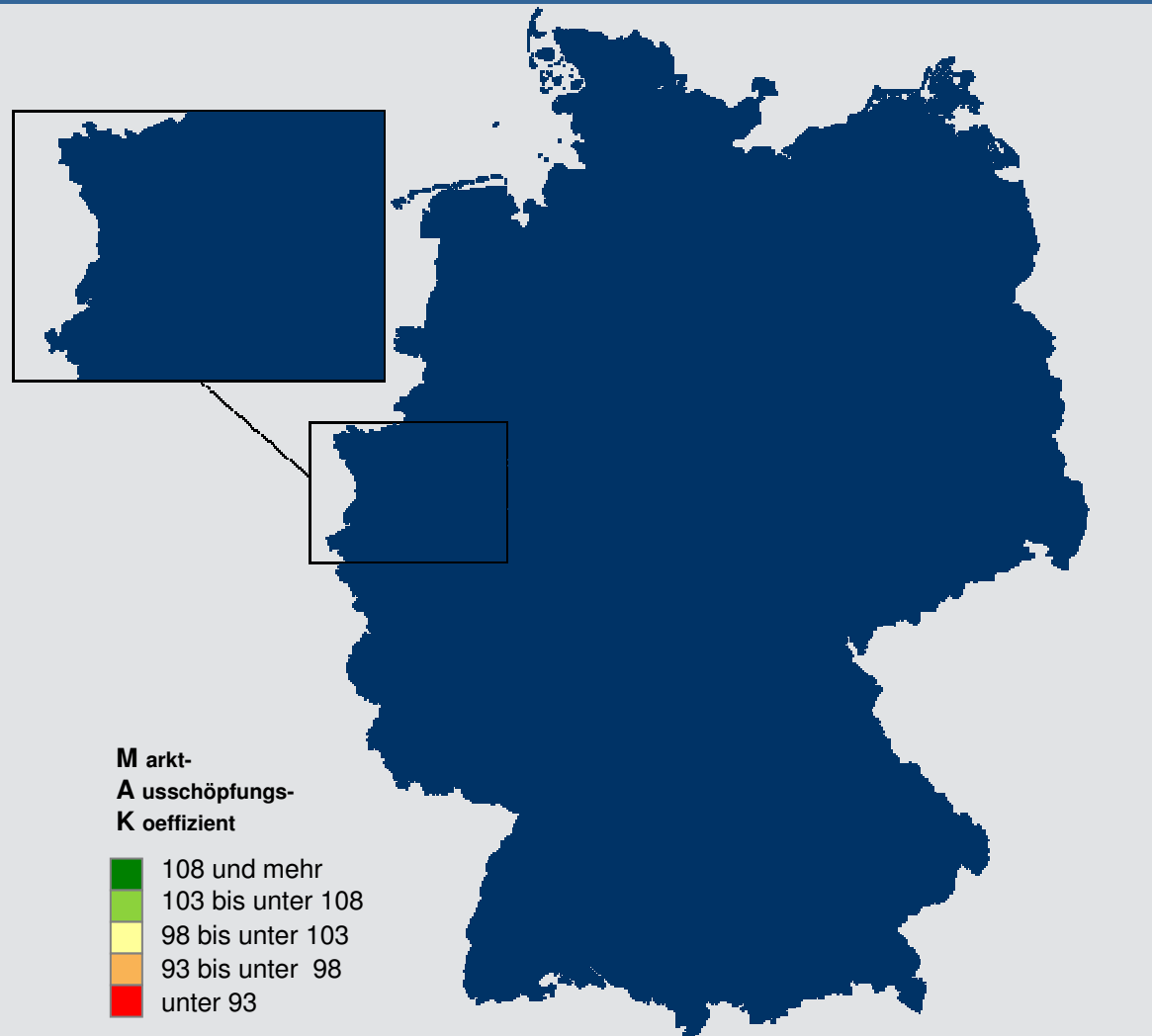


4. MAK Ergebnisse IV-2007

Programmpresse wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 1614)

Segmentbeschreibung				
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA	
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA	
Anzahl Titel	12 (+1 / -1)**			

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Bild + Funk	1778	wö	1,50	WZV
Gong	3314	wö	1,50	WZV
Hörzu	81443	wö	1,50	AS
TV Hören und Sehen	3784	wö	1,50	HBV
Auf einen Blick	3785	wö	1,00	HBV
Bild Woche	40487	wö	1,00	AS
DIE 2	2953	wö	1,10	WZV
Fernsehwoche	3454	wö	1,00	HBV
Funk Uhr	81454	wö	1,00	AS
Super TV (nur in Grosso-Ost)	83321	wö	1,10	WZV
TV klar	11250	wö	0,70	HBV
TV neu	80661	wö	0,70	AS



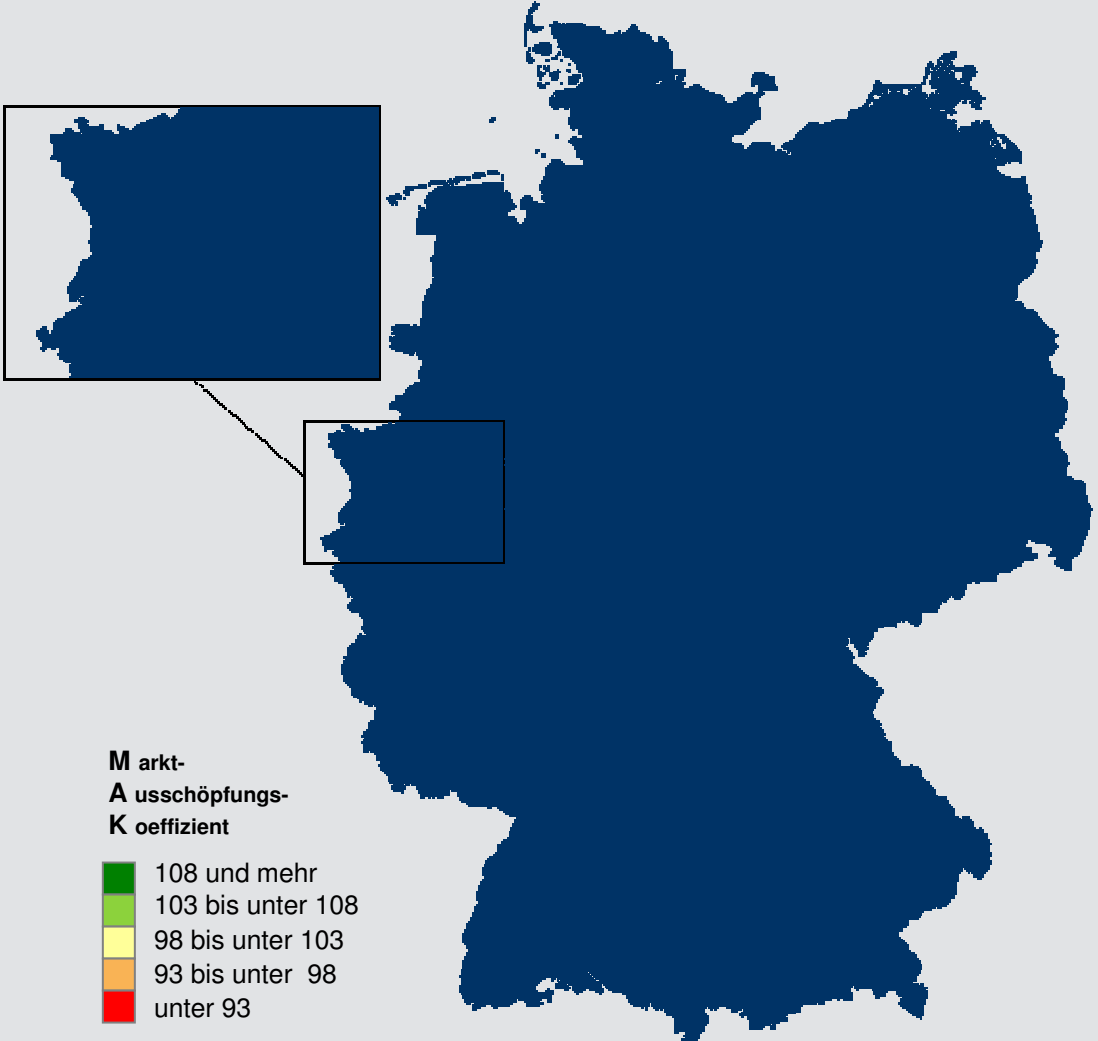
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Programmpresse 14-täglich (Segment-Nr. 1624)

Segmentbeschreibung				
Umsatz Grosso	xxx Mio €		xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.		xx%	MA
Anzahl Titel	15 (+6)**			

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
TV 14	49097	14-tgl	1,00	HBV
TV Digital	64098	14-tgl	1,45	AS
TV Digital CableCom-Ausgabe	64100	14-tgl	1,45	AS
TV Digital Kabel Home	64103	14-tgl	1,45	AS
TV Digital T-Home	64099	14-tgl	1,45	AS
TV Digital Unity Media	64101	14-tgl	1,45	AS
TV DIREKT	48205	14-tgl	1,00	WZV
TV Guide	74542	14-tgl	0,70	AS
TV Life	75235	14-tgl	0,70	HBV
TV Movie	1060	14-tgl	1,45 *	HBV
TV Movie mit DVD	64611	14-tgl	3,30	HBV
TV Piccolino	63090	14-tgl	0,45	Zeitschriftenverlag
TV SPIELFILM	10545	14-tgl	1,45 *	Milchstrasse
TV Spielfilm XXL	63503	14-tgl	1,75	Milchstrasse
TV TODAY	40243	14-tgl	1,40 *	MVF



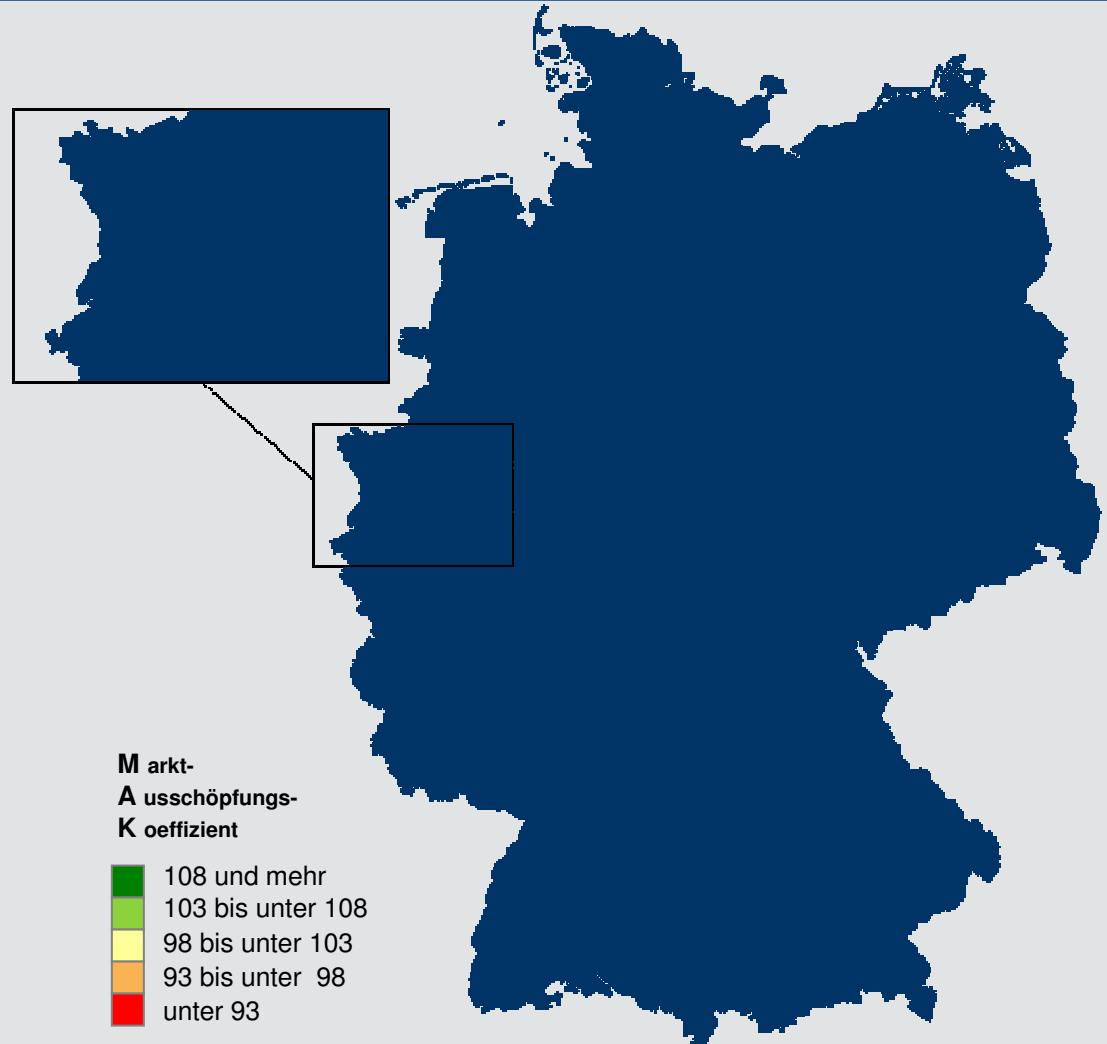
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Programmpresse monatlich (Segment-Nr. 1634)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	6 (+3 / -1)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
NUR TV	44499	4-wö	0,79	WZV TV und mehr
TV 4x7	63969	4-wö	0,80	Zeitschriftenverlag
TV pur	48570	4-wö	0,79	HBV
TV Schlau	75035	4-wö	0,79	Burda
tv!top	75756	4-wö	0,69 *	HBV
TV 4 Wochen	75052	4-wö	0,59 *	Pocket TV-Magazin GmbH (Grünwald)



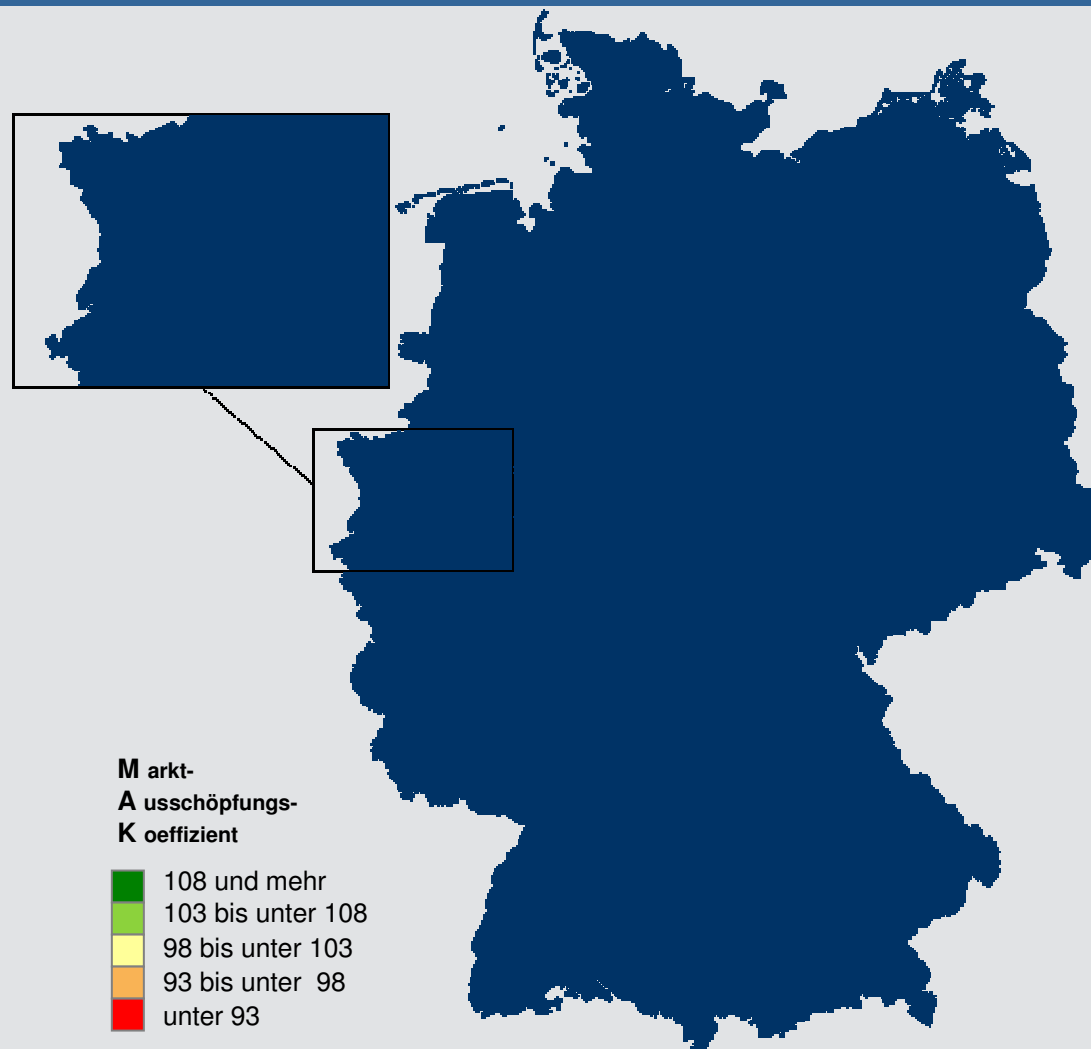
4. MAK Ergebnisse

IV-2007

Audio/Foto/Video (Segment-Nr. 1704)

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	14 (+3)**		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Audio	5085	mon	5,30	Motor Presse Stuttgart
Audio Video Foto Bild	62200	mon	3,50	AS
Audio Video Foto Bild ohne DVD	63662	mon	2,50	AS
CHIP FOTO VIDEO DIGIT.	61743	mon	4,20	Vogel /Burda
Chip Test & Kauf	65618	mon	1,80	Vogel /Burda
CINEMA	5039	mon	3,50	Verlagsgruppe Milchstrasse
COLOR FOTO	3598	mon	5,50	Motor Presse Stuttgart
Connect	12527	mon	3,90	Motor Presse Stuttgart
DVD Magazin	47156	mon	3,50	Redaktionswerft
SFT	66580	mon	3,50 *	Computec
SFT ohne DVD	71271	mon	2,00	Computec
Video	4777	mon	4,00	Motor Presse Stuttgart
WIDESCREEN	60121	mon	5,90	Computec
Widescreen/SFT Package	76290	unreg	7,90	Computec Media Verlag

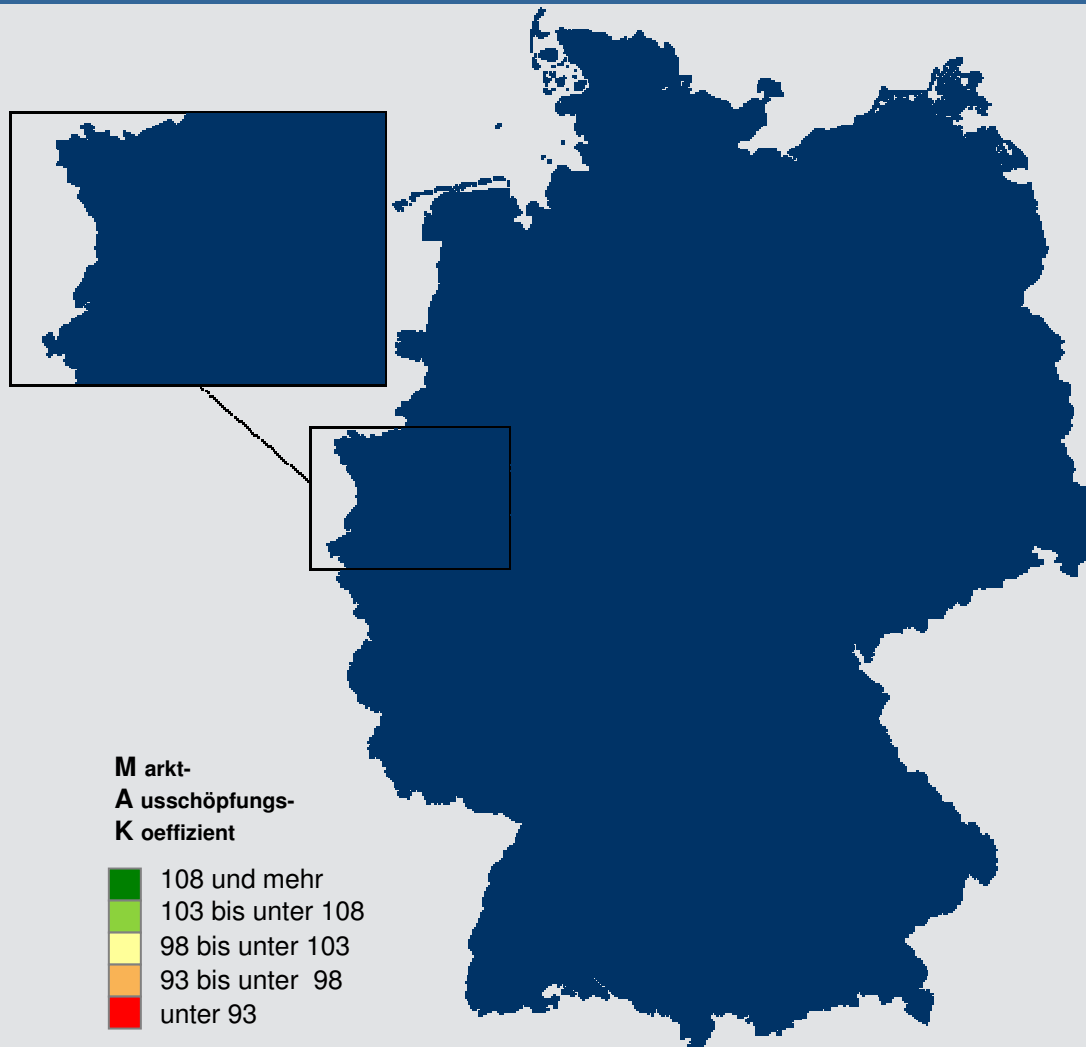


4. MAK Ergebnisse Kinder-Zeitschriften (Segment-Nr. 1804)

IV-2007
Segmentbeschreibung

Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx% MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx% MA
Anzahl Titel	25 (+5)**	

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Barbie	85570	mon	2,70	Egmont Ehapa
Benjamin Blümchen	85565	mon	2,70	Egmont Ehapa
Bibi Blocksberg	85567	mon	2,95	Egmont Ehapa
Bibi und Tina	58440	mon	2,70	Egmont Ehapa
Bob der Baumeister	54049	mon	2,60 *	Panini
BUMMI	91270	mon	2,70 *	HBV
BUSSI BÄR	91222	mon	2,70 *	HBV
Die Maus	43410	mon	2,70	Egmont Ehapa
Disneys Prinzessin	47659	mon	3,20	Egmont Ehapa
Dora	74060	mon	2,70	Panini
Fix & Foxi	70101	mon	2,70 *	Tigerpress Verlag
K-Club	63736	mon	2,60	Attic Futura
Kids Zone	52071	14-tgl	2,60	Computec
Löwenzahn	51184	mon	2,70	Egmont Ehapa
Mega Hiro Game Master	64048	mon	2,99	Panini
MEGA HIRO	61695	14-tgl	2,60	Panini
MEGA HIRO CARD MASTER	61998	mon	2,99	Panini
Micky Maus	85500	wö	2,10 *	Egmont Ehapa
Pettersson und Findus	58567	mon	2,50	Panini
Power Rangers	85537	mon	2,80	Egmont Ehapa Blue Ocean
Prinzessin Lillifee	72161	mon	2,95 *	Entertainment, Stuttgart
Pumuckl - Jede Menge Koboldspaß	48949	mon	2,50	Panini
Sissi	64959	mon	2,95	Panini
Sponge Bob Schwammkopf	62126	mon	2,70	Egmont Ehapa
Winnie Puuh	42302	mon	2,70 *	Egmont Ehapa

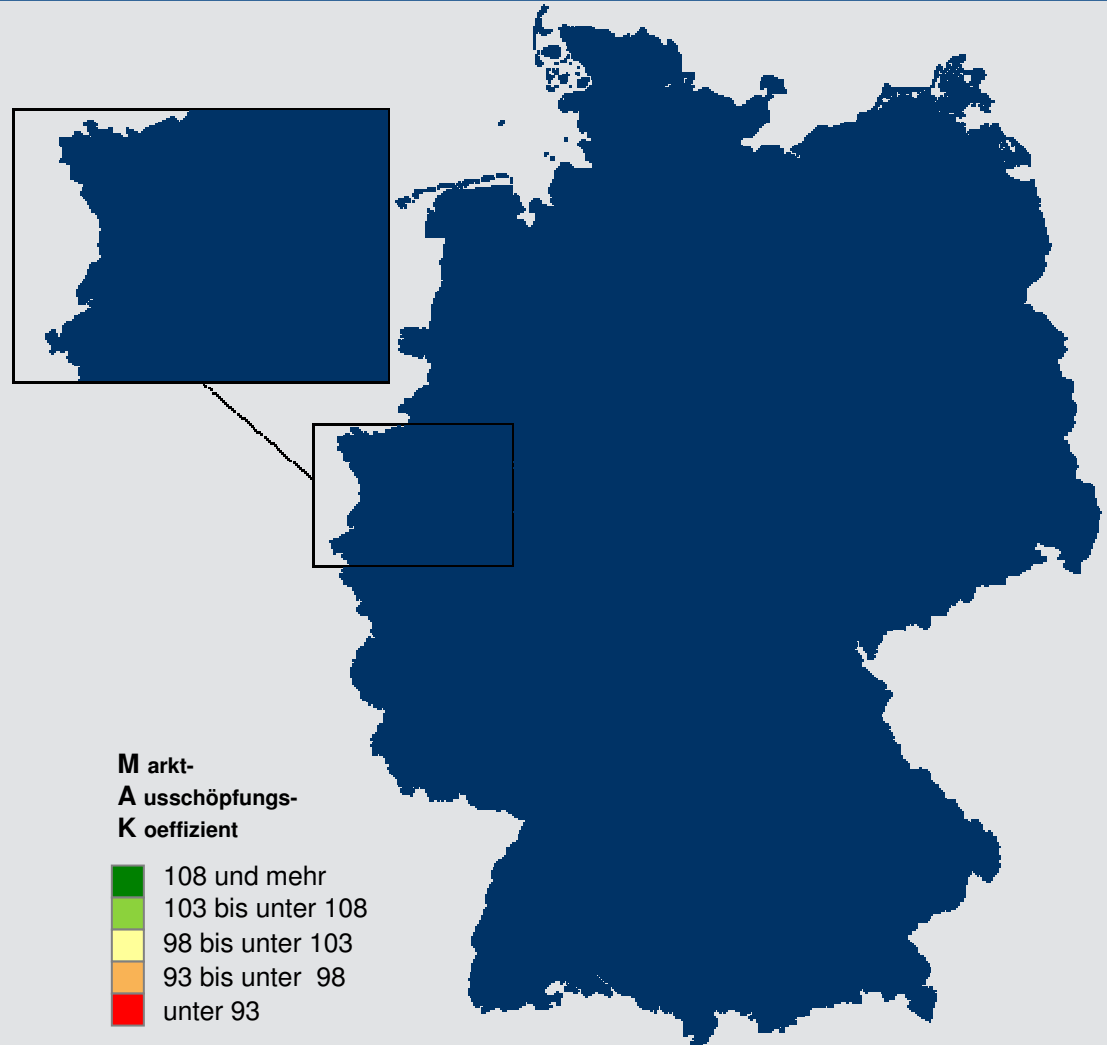


4. MAK Ergebnisse Verbrauchermagazine (Segment-Nr. 1904)

IV-2007

Segmentbeschreibung			
Umsatz Grosso	xxx Mio €	xx%	MA
Verkauf Grosso	xxx Mio Expl.	xx%	MA
Anzahl Titel	5		

Segment / Titel	VDZNR	EW	Copypreis	Verlag
Finanztest	5222	mon	4,20	Stiftung Warentest
Geldidee	44085	mon	3,00	HBV
Guter Rat	11734	mon	2,00	Burda
Öko Test Magazin	6311	mon	3,50	ÖKOTEST Medien
test	1100	mon	4,20	Stiftung Warentest



Quellen/Kontakte

- **Kontakt Verlage/VDZ:**

Lars-Henning Patzke:

patzke.lars-henning@dpv.de

Gero Pakebusch:

g.pakebusch@vdz.de

- **Kontakt Bundesverband Presse Grosso:**

Sebastian Metzmacher:

sem@bvpg.de

Wolfgang Penders:

w.penders@pvrichter.de

- **Kontakt Acxiom Deutschland**

Sonja Bethke

sonja.bethke@acxiom.com