



auf einen Blick präsentiert:

**DEUTSCHLANDS  
WAHRE  
MODE-MACHER.**

## WIR ZIEHEN JEDE WOCHE 2,14 MIO. FRAUEN AN.

Jede Woche begeistert auf einen Blick 2,14 Mio. Leserinnen\*: Sie sind Deutschlands wahre Mode-Macher, denn sie zählen zu den treuesten Kunden der großen Versand- und Kaufhäuser. Auch heute haben diese Frauen zuhause immer noch das letzte Wort in Sachen Mode – und mehr Geld als je zuvor für die schönste Nebensache der Welt. Aus guter Erfahrung sind sie bereit, es für Trends und Mode in Marken-Qualität auszugeben. Welches enorme Potential diese Zielgruppe und „Deutschlands größte Frauenzeitschrift“ bieten, sehen Sie auf den folgenden Seiten. Viel Vergnügen mit Deutschlands wahren Mode-Machern und auf einen Blick!

Weitere Infos unter:  
Tel. 040 3019-3072

Quelle: \*MA 2008 P2



## „...wer ist die größte Frauenzeitschrift im Land?“

### Verkaufte Auflage gesamt

auf einen Blick	1.366.748
Bild der Frau	1.056.668
Freizeit Revue	1.018.457
Neue Post	784.420
Brigitte	756.844
BUNTE	709.599
Das Neue Blatt	569.150
freundin	546.556
tina	521.874
Freizeitwoche	521.136

IWW 2/2008

auf einen Blick ist nicht nur Deutschlands auflagenstärkste wöchentliche Zeitschrift am Kiosk, sondern auch insgesamt „Deutschlands größte Frauenzeitschrift“: Kein Titel mit einem Frauenanteil von mindestens zwei Drittel der Leserschaft verkauft mehr Exemplare als auf einen Blick.\*

Quelle: \*IWW 2/2008, MA 2008 P2

## **SO LENKEN SIE 400 MIO. KONSUM-POTENTIAL.**

Jeden Monat verfügen die Leserinnen von auf einen Blick über die sagenhafte Summe von 400. Mio. Euro Konsum-Potential.\* Bevorzugt kaufen sie dafür Qualität, genauer gesagt Marken-Qualität.

Und das lassen sich unsere Leserinnen einiges kosten: Rund 1,36 Mio. auf einen Blick-Leserinnen stimmen der Aussage zu, dass sie für besondere Qualität gerne mehr ausgeben.\*\* Und fast genauso viele, nämlich 1,30 Mio. Leserinnen sind sogar der Meinung, dass Markenartikel qualitativ besser sind als markenlose Ware.\*\*

Dabei handeln unsere Leserinnen sogar oft spontan: 0,94 Mio. Leserinnen sagen: „Ich bummle oft ohne Kaufabsicht durch Geschäfte und kaufe dann aber ganz spontan, wenn mir etwas gefällt!“\*\*

**Konsumfreudige Leserschaft:** Unsere Leserinnen sind



Quelle: \*AWA 2008 (Finanzieller Spielraum pro Monat, errechneter Wert), \*\*VA 2008

## PASSGENAU FÜR SIE.

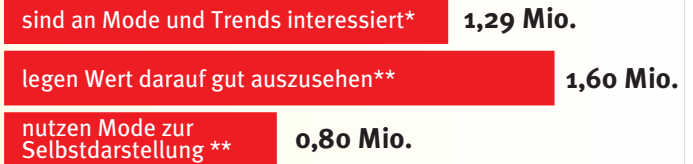
Mit auf einen Blick erreichen Sie Ihre Zielgruppe passgenau: Denn unsere 1,29 Mio. modebewussten Leserinnen interessieren sich für aktuelle Modetrends und Mode allgemein.\* Kein Wunder also, dass sogar noch mehr, nämlich 1,60 Mio. Wert darauf legen, gut auszusehen\*\* und 0,80 Mio. Leserinnen Mode als ein Stück Selbstdarstellung sehen\*\* – um zu zeigen, wer sie sind.

Insbesondere für den Versandhandel ist das Konsum-Potential unserer Leserinnen äußerst attraktiv: Jedes Jahr bestellen auf einen Blick-Leserinnen Waren im Wert von 271 Mio. Euro auf dem Versandweg.\*\*\*

Quellen: \*AWA 2008, \*\*VA 2008, \*\*\*VA 2008,  
 (Ausgaben pro Jahr, errechneter Wert)

## Unsere Leserinnen beweisen Stil.

### Modeaffine Leserschaft: Unsere Leserinnen



Quelle: \*AWA2008, \*\*VA 2008

## SO VIELSEITIG IST MODE IN AUF EINEN BLICK.

Zugegeben, die neuesten Skandal-Looks aus New York oder London sucht man vergeblich in auf einen Blick. Dafür haben tragbare Trends und modische Klassiker ihren festen Platz im Heft.

Gefragte Modethemen bei der Zielgruppe der Frauen über 50 Jahre sind auch hochwertiges casual wear oder Eleganz für den besonderen Anlass.

Auf einer Doppelseite pro Ausgabe präsentiert „Deutschlands größte Frauenzeitschrift“ jede Woche einen bunten Themen-Mix zur Mode – und bleibt dabei ihrem eigenen Stil treu: auf einen Blick ist positiv, alltagsgerecht und immer nah am Menschen.



# PERFEKTER SITZ FÜR IHRE WERBUNG.

Werbung in auf einen Blick kommt an, denn unsere Leserinnen betrachten Anzeigen und Promotions besonders lange und aufmerksam. Gerade im Vergleich zu allen anderen Gattungen können sich die Werte der wöchentlichen Programmzeitschriften und insbesondere auf einen Blick sehen lassen. Die Lesemenge und die Werbebeachtung liegen weit höher als der Durchschnitt.

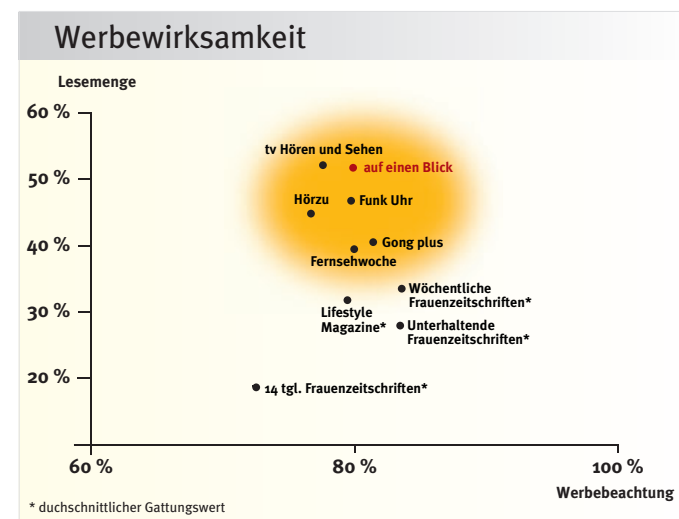
Und wo lange hingeschaut wird, kann Werbung auch besser wirken: Rund 1,38 Mio. Leserinnen finden „Werbung gibt manchmal recht nützliche Hinweise über neue Produkte“\* und 1,25 Mio. halten Werbung für hilfreich.\*

Speziell Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen halten 1,23 Mio. Leserinnen für informativ.\*

Kein Wunder also, dass 1,13 Mio. Leserinnen sich auch gerne Anzeigen anschauen.\*

Quelle: \*VA 2008

## Entscheiden Sie sich für das Top-Modell in der Aufmerksamkeit.



Quelle: AWA 2008 (Lesemenge); MA 2008 P2 (Werbebeachtung)