



die nummer **1** bei **frauen**

Quelle: MA 2003, Frauen bis 39, Reichweitenvergleich Kaufmagazine

**woman**

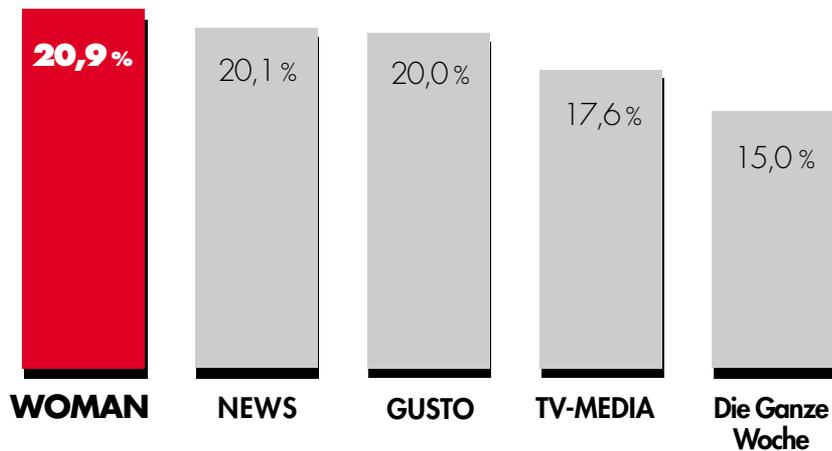
**WOMAN**  
**hat,** was  
Frauen  
wollen

**woman**



# typisch, alle

Nr.1 aller Kaufmagazine bei Frauen ABC1 unter 40



## neue Erfolge

WOMAN ist die **absolute Nummer 1** aller Kaufmagazine sowohl bei Frauen bis 39 als auch bei Frauen bis 39 in den ABC1-Schichten – diesen Erfolg bestätigt die Mediaanalyse 2003. 552.000 LeserInnen greifen 14-tägig zu Österreichs größtem Frauenmagazin. Und sind von seinen Inhalten begeistert.

Quelle: MA 2003, Reichweiten

## starke Frauen

**WOMAN-Leserinnen** sind bei der werbenden Wirtschaft gefragt. Jung, gebildet, kaufkräftig, erfolgreich und konsumfreudig, wie sie sind, stellen sie die ideale Zielgruppe für erfolgreiche Kampagnen dar, die in kürzester Zeit zum Werbeziel führen.



### top-alter

Größter Anteil zwischen 20 und 49

Quelle: MA 2003, Frauen, Struktur

14-19	12,2%
20-39	49,7%
40-49	18,7%
50+	19,5%



### finanzkräftig

Jede Zweite mit höchstem Einkommen

Quelle: MA 2003, Frauen HHNEK > 2.250,- Euro, Struktur

WOMAN	47,7%
Frauen gesamt	37,7%



### beruflich erfolgreich

Fast die Hälfte ist top im Job

Quelle: MA 2003, Frauen, Freie Berufe/Firmeninhaberinnen, -direktorinnen/leitende + qualifizierte Angestellte und Beamtinnen, Struktur

WOMAN	42,1%
Frauen gesamt	26,6%



### gebildet

Ein Drittel gehört zur Bildungselite

Quelle: MA 2003, Frauen, Matura, abgeschl. Hochschule, Uni, Struktur

WOMAN	31,9%
Frauen gesamt	21,6%



wollen nur das Eine ...

WOMAN lesen! Das bestätigt der starke Auftritt bei der MA 2003





## **Echter Nutzen fürs tägliche Leben,**

kombiniert mit Aktualität und Vielfalt, ist genau das, was Österreichs Frauen wollen. Dieses einzigartige Heftkonzept machte WOMAN in kürzester Zeit zur Nummer 1 bei den Top-Frauen. Mit starken redaktionellen Inhalten, die den vielfältigen Interessen seiner Leserinnen entsprechen, hat WOMAN sich zu einem wahren Lebens-Guide entwickelt, der Frauen und ihr Umfeld positiv verändert. WOMAN wird alle 14 Tage mit großem Engagement gelesen –

**höchste Aufmerksamkeit der Leserinnen ist auch Ihrer Kampagne sicher!**





>> Für Unternehmen in der  
Modebranche ist  
WOMAN ein unverzicht-  
barer Partner geworden.  
Die Art und Weise, wie  
Ihr Team Mode und  
Lifestyle einem breiten  
Publikum näher bringt,  
ist einzigartig. <<

(Franz Holzer, Leder & Schuh AG Humanic  
und Dominici, Leserbrief WOMAN 2/03)

**woman**

# mode & beauty

## WOMAN-Leserinnen wollen alles wissen über



Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Mode, modische Bekleidung (sehr interessiert/interessiert), Struktur



Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Schönheitspflege, Kosmetik (sehr interessiert/interessiert), Struktur



Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Körperpflege, Hautpflege (sehr interessiert/interessiert), Struktur



(WOMAN 4/04, S. 88/89)

### Typ-Beratung

Die Vorher-nachher-Show! Mit etwas Make-up, einem trendy Haarschnitt und dem passenden Outfit erstrahlen WOMAN-Leserinnen in neuem Look. Bisher gab es schon **25.000 Einsendungen** von Frauen, die sich gerne WOMAN-like stylen lassen wollen.

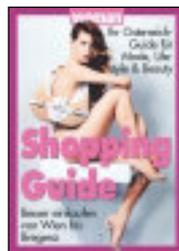


(WOMAN 6/04, S. 164)

### Beauty-Test

Höchst beliebt bei den WOMAN-Leserinnen: Beauty-Produkte im Test. Durch die Bewertung oder durch Proben in WOMAN wird das Interesse der Frauen gestärkt – und dann beginnt der **Run auf Drogerien und Parfumerien**.

**3x jährlich:**  
19. 3. 2004  
17. 9. 2004  
26. 11. 2004



(Beilage in WOMAN 6/04)

### Shopping-Guide

Die Top-Shopping-Adressen im praktischen Taschenformat! Übersichtlich mit österreichweiten Adressen, macht dieser Guide Lust auf kleine und große **Shopping-Abenteuer** und lockt die Leserinnen in die Outlets.





>> An WOMAN gefällt mir, dass regelmäßig das Thema „Frau in der Wirtschaft“ aufgegriffen wird. Es hat sich zwar in der Geschäftswelt in den letzten Jahren einiges zum Besseren für unser Geschlecht entwickelt, aber es gibt noch einiges zu tun. <<

(Carina Felzmann, GF Cox Orange Marketing,  
Abgeordnete zum Nationalrat, Leserbrief WOMAN 10/03)

**woman**

# job & erfolg

## WOMAN-Leserinnen wollen alles wissen über

kariere **74,9 %** WOMAN Frauen gesamt 53,7%

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse berufliche Fort- und Weiterbildung (sehr interessiert/interessiert), Struktur

finanzen **61,9 %** WOMAN Frauen gesamt 53,7%

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Geldanlage, Kapitalanlage (sehr interessiert/interessiert), Struktur

kommunikation **54,0 %** WOMAN Frauen gesamt 35,5%

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse, Online-Dienste (Internet, E-Mail) (sehr interessiert/interessiert), Struktur

4x jährlich:  
16. 4. 2004  
28. 5. 2004  
15. 10. 2004  
26. 11. 2004



(WOMAN 8/04, S. 53ff)

### Business WOMAN

#### Das Erfolgs-Special für Österreichs Frauen!

Zusätzlich zum regelmäßigen Heftteil Karriere kommt WOMAN 4x im Jahr dem Erfolgstreben seiner Leserinnen mit kompetenten Themen rund um Karriere, Finanzen und Kommunikation entgegen.



(WOMAN 18/03, S. 48/49)

### WOMAN Job-Aktion

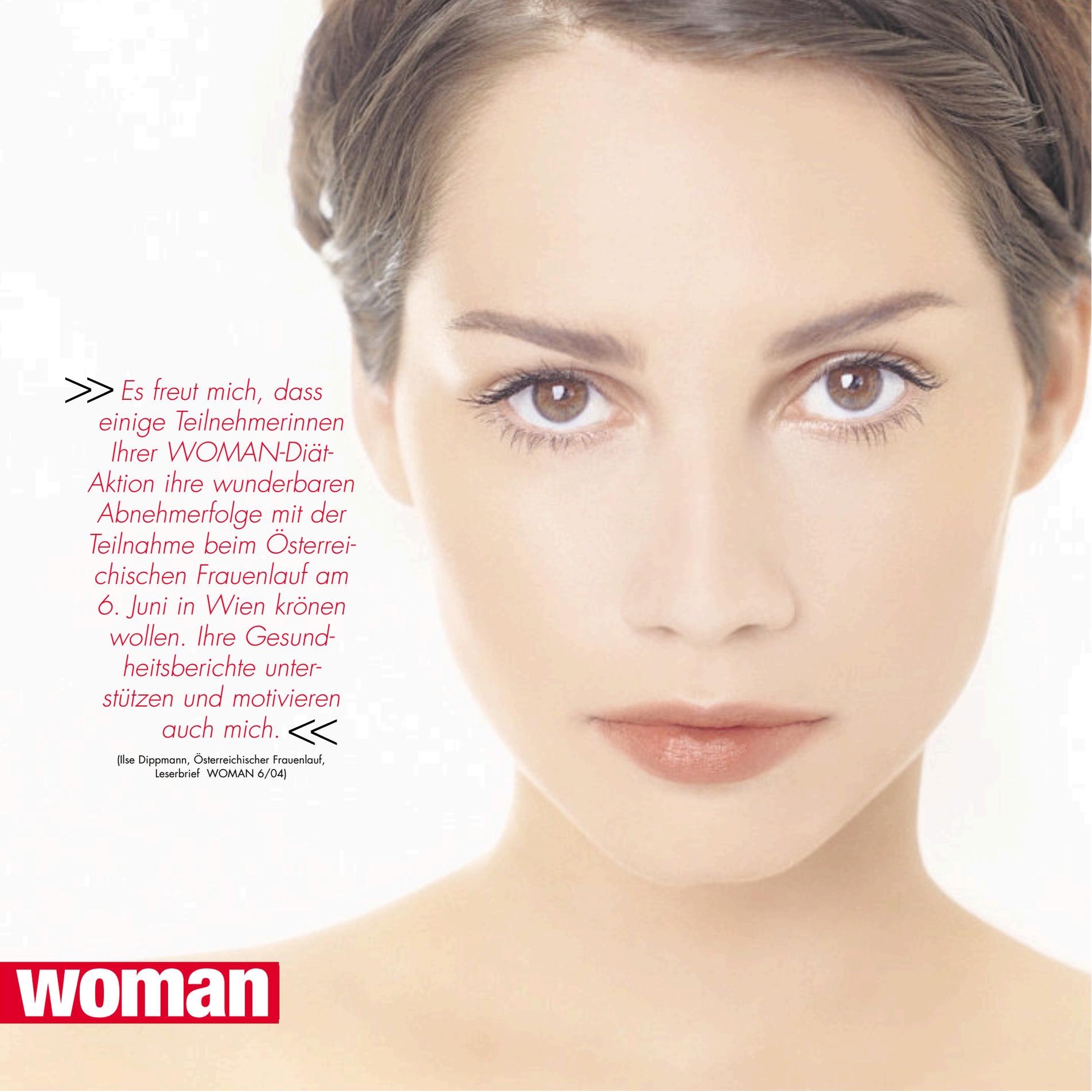
**Mit WOMAN zum Traumjob!** Österreichs größtes Frauenmagazin half seinen Leserinnen bei der Jobsuche. Die Aktion lief vom Frühherbst bis kurz vor Weihnachten 2003. Das Echo war riesengroß: **Es gab Tausende Zuschriften** von veränderungswilligen Frauen, aber auch von Unternehmen, die sich für die arbeitssuchenden Frauen interessierten.



(WOMAN 8/03, S. 64, 65)

### WOMAN-Award für die frauenfreundlichsten Betriebe

**Knapp hundert österreichische Betriebe** haben sich um den großen WOMAN-Award 2003 beworben. 35 davon kamen in die engere Wahl. Nach gründlicher Überprüfung durch das WOMAN-Karriere-Team wurden die besten drei jeder Kategorie (Großbetriebe, Klein- und Mittelbetriebe und Non-Profit-Organisationen) prämiert. Auch 2004 wird es eine Kür geben.

A close-up, high-resolution portrait of a woman's face, looking directly at the camera with a neutral expression. Her hair is pulled back, and her skin is clear and well-lit. The background is a plain, light color.

>> *Es freut mich, dass einige Teilnehmerinnen Ihrer WOMAN-Diät-Aktion ihre wunderbaren Abnehmerfolge mit der Teilnahme beim Österreichischen Frauenlauf am 6. Juni in Wien krönen wollen. Ihre Gesundheitsberichte unterstützen und motivieren auch mich. <<*

(Ilse Dippmann, Österreichischer Frauenlauf, Leserbrief WOMAN 6/04)

**woman**

# fit & well

## WOMAN-Leserinnen wollen alles wissen über



(WOMAN 4/04, S. 108/109)

### WOMAN Diät-Aktion

Um seinen Leserinnen professionelle Hilfe beim Abnehmen zu bieten, startete WOMAN im November 2003 eine landesweite Diätaktion nach dem Motto „Österreich nimmt ab“. Seither gab es **mehr als tausend Bewerberinnen**, für die der Traum von ihrer Idealfigur plötzlich greifbar nahe war. Die Aktion läuft bis Juni 2004, Fortsetzung folgt ...

3x jährlich:  
5. 3. 2004  
14. 5. 2004  
15. 10. 2004



(Beilage in WOMAN 5/04)

### Wellness-Guide

Im handlichen Guide präsentiert die Gesundheits-Redaktion die beliebtesten Wohlfühl-Therapien, die Top-Adressen und die besten Tipps für zuhause – und das 3x im Jahr 2004. **Ein absolutes Must-Have** für alle entspannungshungrigen Ladys.



(WOMAN 23/02, S. 146/147)

### Fit-Test

Frauen wollen wissen, wie es um ihre Gesundheit steht. Darum bringt WOMAN regelmäßig Tests für den Check der Gesundheit seiner Leserinnen. Übrigens: Die Tests werden von unserer Redaktion selbst zusammengestellt und erfreuen sich **höchster Beliebtheit bei der Leserschaft**.

wellness <sup>WOMAN</sup> **78,3 %** <sup>Frauen gesamt</sup> 59,3 %

Quelle: MA 2003, Frauen, Ressortinteresse Wellness/Fitness (sehr interessiert/interessiert), Struktur

gute figur <sup>WOMAN</sup> **84,1 %** <sup>Frauen gesamt</sup> 73,5 %

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse gute Figur behalten/bekommen (sehr interessiert/interessiert), Struktur

fitness <sup>WOMAN</sup> **82,7 %** <sup>Frauen gesamt</sup> 72,1 %

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse, wie man sich fit hält (sehr interessiert/interessiert), Struktur



>> *WOMAN ist für mich  
eine Pflichtlektüre ...  
Selbst eine sporadische  
Köchin wie ich hat schon  
einige Male nach euren  
Rezepten gekocht, und es  
war immer köstlich.* <<

(Claudia Stöckl, Ö3-Moderatorin,  
Leserbrief WOMAN 2/04)

**woman**

# freizeit & society

## WOMAN-Leserinnen wollen alles wissen über

wohnen **72,5 %** WOMAN Frauen gesamt 58,7%

Quelle: MA 2003, Frauen, Ressortinteresse Wohnen, Einrichten, Design (sehr interessiert/interessiert), Struktur

reise **77,1 %** WOMAN Frauen gesamt 59,3%

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Reisen ins Ausland (sehr interessiert/interessiert), Struktur

essen **62,6 %** WOMAN Frauen gesamt 50,2%

Quelle: MA 2003, Frauen, Interesse Spezialitätenrezepte, ausländische Küche (sehr interessiert/interessiert), Struktur



### WOMAN Wohn-Aktion

**Knapp 400 Einsendungen in gerade einmal 14 Tagen!** Der Aufruf zur WOMAN-Wohnaktion in der 1. Ausgabe des Jahres 2004 führte zu wäschekörbeweise Leserpost mit individuellen Wohnproblemen und in vielen Fällen zur wirkungsvollen Lösung derselben.

(WOMAN 5/04, S. 148/149)



(WOMAN 15/03, S. 114/115)

### Sommerrätsel

**Knapp 5.000 Einsendungen** – da half nur noch ein Einkaufswager! WOMAN verlor Reise Gutscheine im Wert von 10.400 Euro.



(WOMAN 6/04, S. 192/193)

### Rezepte

**Küchen-Gurus wie Ewald Plachutta, Liesl Wagner-Bacher oder Sohyi Kim** u. v. m. kochen speziell für die WOMAN-Leserinnen, oder der WOMAN-Redakteur Hadu Schreibershofen präsentiert Eigenkreationen. Die Rezeptkarten werden fleißig gesammelt, und wenn mal eine verloren geht, läuten die Telefone in der Redaktion Sturm.





# unser **Service** werden **Sie** wollen!

**mag. evelyn hendrich**

Sales Director

Tel.: 01/213 12 DW 6490

hendrich.evelyn@woman.at

**andrea haller**

Key Account Manager

Tel.: 01/213 12 DW 6217

haller.andrea@woman.at

**thomas gubier**

Key Account Manager

Tel.: 01/213 12 DW 6212

gubier.thomas@woman.at

**mag. petra kletecka**

Key Account Manager

Tel.: 01/213 12 DW 6283

kletecka.petra@woman.at

**martin porsch**

Key Account Manager

Tel.: 01/213 12 DW 6293

porsch.martin@woman.at

**mag. isabelle kerschbaum**

Key Account Manager

Tel.: 01/213 12 DW 6265

kerschbaum.isabelle@woman.at

**claudia plesser**

Disposition/Assistant

Tel.: 01/213 12 DW 6439

plesser.claudia@woman.at

**birgit zechmeister**

Assistant

Tel.: 01/213 12 DW 6386

zechmeister.birgit@woman.at

**verlagsgruppe NEWS GmbH**

Taborstraße 1–3, 1020 Wien • Tel.: 01/213 12 DW 6386 • Fax: 01/213 12 DW 6353

[www.newsmedia.at/woman](http://www.newsmedia.at/woman)

**woman**