

MP Basisdaten

Presse­nutzung: Leser pro Ausgabe 2023<sup>1)</sup>

	Gesamt		Männer		Frauen	
	in Mio	in %	in Mio	in %	in Mio	in %
Tageszeitungen gesamt	34,59	49	18,12	53	16,47	46
Kaufzeitungen gesamt <sup>2)</sup>	7,75	11	5,09	15	2,66	8
überregionale Abozeitungen	3,75	5	2,42	7	1,33	4
regionale Abozeitungen	28,65	41	14,19	41	14,46	41
Supplements	9,60	14	4,14	12	5,46	15
Zeitschriften gesamt	51,36	73	24,62	71	26,74	75
aktuelle Zeitschriften/Magazine	20,95	30	10,86	32	10,09	28
Programmzeitschriften	31,90	46	14,68	43	17,22	48
wöchentl. Frauenzeitschriften	13,12	19	2,30	7	10,82	30
14-tägl. Frauenzeitschriften	3,69	5	0,22	1	3,47	10
monatl. Frauenzeitschriften	5,81	8	0,65	2	5,15	15
Musik- und Jugendzeitschriften	0,57	1	0,23	1	0,34	1
Wohn-/Gartenzeitschriften	4,40	6	1,37	4	3,03	9
Do-it-yourself-Zeitschriften	0,49	1	0,44	1	0,05	0
Ess-Zeitschriften	3,87	6	0,76	2	3,12	9
Lifestyle/Stadtmagazine/Erotik	1,66	2	1,46	4	0,19	1
Motorpresse	10,46	15	8,56	25	1,89	5
Sportzeitschriften	5,02	7	4,78	14	0,24	1
Ökologie und Umwelt	0,96	1	0,41	1	0,56	2
Wissenschaft/Technik/Kultur	4,38	6	2,86	8	1,52	4
Unterhaltungselektronik/PC-Zeitschriften	3,73	5	3,09	9	0,65	2
Wirtschaftspresse	2,37	3	1,83	5	0,54	2
Mitgliederzeitung	1,45	2	0,77	2	0,68	2

1) Basis: Deutschspr. Personen ab 14 Jahren

2) Abendzeitung München, BILD, B.Z., EXPRESS, Hamburger Morgenpost, Morgenpost für Sachsen, tz, Berliner Kurier

Quelle: ma 2023 Pressemedien II