

MARKENPROFIL



BAUER ADVANCE

a company of **BAUER MEDIA GROUP**



AUTHENTISCH, EMOTIONAL, REAL-LIFE!

tina ist das Original im Segment der wöchentlichen Frauenzeitschriften und zeichnet sich als **Qualitätsmarktführer** durch ihre journalistische Exzellenz und einzigartiges **Zielgruppen Know-how** aus. tina richtet den Scheinwerfer auf die Fragen und Themen, die für die neue **Generation 40+** bedeutsam sind und lichtet den Dschungel aus Informations-Überangebot, zeigt Haltung bei aktuellen Themen und gibt der starken weiblichen Mitte der Gesellschaft ein Forum. Als **Real-Life Expertin** begeistert tina Woche für Woche Frauen mit Themenwelten mitten aus dem Leben rund um Mode, Beauty, Gesundheit und Ernährung. Exklusive Eigenproduktionen, authentische Reportagen, zukunftsweisende Initiativen und ein hochwertiges modernes Layout bilden die Basis für den langjährigen Erfolg von tina.



„„ALS QUALITÄTSFÜHRER IM SEGMENT DER WÖCHENTLICHEN FRAUENTITEL LICHTEN WIR DEN Dschungel aus Informations-Überangebot, zeigen Haltung bei aktuellen Themen und geben der starken weiblichen Mitte der Gesellschaft ein Forum.“

In Zeiten, wo jeder seinen Senf dazu gibt, sagt Tina zu den wichtigen Themen das Richtige. Der tina-Weg: **mehr TIEFE, mehr EMOTION, mehr NÄHE, mehr ÜBERRASCHUNG**. Gepaart mit der größten funktionalen Kraft im Markt. Tina ist das Original im Segment der wöchentlichen Frauenzeitschriften und zeichnet sich als **Qualitätsmarktführer** durch journalistische Qualität und Zielgruppen Know-How aus. Exklusive Eigenproduktionen, authentische Reportagen, zukunftsweisende Initiativen und ein hochwertiges modernes Layout bilden die Basis. Lassen Sie sich überraschen von den besten Seiten des Lebens.

SABINE INGWERSEN

Chefredakteurin TINA

BAUER ADVANCE

MODE

DIESE RUBRIK LÄSST JEDES FASHIONHERZ HÖHER SCHLAGEN. DIE LESERINNEN KÖNNEN SICH ÜBER NEUE TRENDS UND TOLLE STYLING-IDEEN FREUEN. EIN WICHTIGES ELEMENT DER MODE IN TINA SIND DIE VORHER/NACHHER-STRECKEN - ALLE STYLES WERDEN AN REAL-LIFE MODELS GEZEIGT.

Mode

Einfach mal entspannen ...

Kuschel-Star
„Einfach mal in Ruhe lesen, das ist für mich das Größte“ lacht unsere Leserin Gerdi (61). Und das kann sie in dem dunkelblauen Overall mit legarem Diagonalverlauf ganz wunderbar.
Overall Modal-Mix, ca. 29 € Gr. 38-44 (Trend). Das Teil gehört zur nebulischen Wasche-Kollektion, die ab dem 25. August in den Tchibo Filialen und online erhältlich ist.

Blütenpracht
Egal ob auf dem Sofa oder im Bett: Das Nachthemd mit dem hübschen Blumenmuster ist für alles da haben.
Nachthemd Bio-Baumwolle Modal-Mix, ca. 13 € Gr. 36-42 (Trend). Das Teil gehört zur herbstlichen Windmühl-Kollektion, die ab dem 25. August in den Tchibo Filialen und online erhältlich ist.

Klassisch
Die cyclische Pyramidenform mit Ärmelstreifen, die sich nach unten weiten, ist ein zeitloses Modell.
Pyramide Dünne Träger, Spitzenspitze und Ärmelstreifen betonen unsere Kurven.
Kurven Baumwollseide, ca. 26 € Gr. 34-44 (Markt, O'Pollo).

Tolle Accessoires
1 **Praktische Schlafbrille**, Seide, ca. 50 €, hoch Beauty
2 **Flanellige Socken**, Baumwoll-Mix, ca. 12 €, einfarbig, Next
3 **Gilbrotte Schlappen**, Textil, ca. 26 €, Gr. 34-41, Oyibo über Zalando

Schlappschal
Der tolle Cremeton steht um wie viel angenehmer und die entspannte Form lässt zum Figurentrend werden.
Baumwoll-Mix, ca. 30 €, Gr. 36-44, Best.-Nr. 2119446167 (Baur)

Fröhlich Den Morgenmantel ziehen wir zum Frühstück einfach schnell über.
Viskose-Mix, ca. 69 €, Gr. 36-44, Best.-Nr. 2119446167 (Baur)

Feminin Nur zum Nachtschlafen ist das Nachthemd nicht zu schade. Mit einem Seidenstoff zum Feiern.
Seide, ca. 39 €, Gr. 34-44 (Oyibo über Zalando)

Darauf kommt's an
Details: weiche Bündchen, individuelle Taillenzüge – diese Extras engt nicht ein und schenken Bewegungsfreiheit.
Material Naturfasern wie Baumwolle oder Viskose sind atmungsaktiv, der Mix mit etwas Kunstfaser macht sie pflegeleicht.
Passform Die Teile dürfen ruhig lässig wirken, also lieber eine Nummer größer kaufen.

Requiem Bei diesen Joggerpants sorgt das dezente Strukturmuster für Abwechslung.
Viskose, ca. 15 €, Gr. 36-44, Best.-Nr. 133048 (Dhiegis)

Flaxibel Das verspielte Design lässt sich mal enger, mal weiter binden – ganz wie Sie mögen.
Kunstfaser, ca. 40 €, Gr. 36-44, Best.-Nr. 7731820176 (Dhiegis)

BEAUTY

TOLLE BEAUTYSTRECKEN MIT WUNDERBAREN TIPPS REGEN DIE LESERINNEN ZUM NACHMACHEN UND AUSPROBIEREN AN. ANTI-AGING, GREEN BEAUTY, SONNENSCHUTZ – DIE THEMEN DER RUBRIK PASSEN IMMER PERFEKT ZUR SAISON UND ZUM INFO-BEDARF DER LESERIN.

Schönheit Mit Stil

Beauty-Geheimnisse aus China

Asiatinnen sind für ihren makellosen Teint berühmt. Welche Pflege-Tipps wir uns von ihnen abschauen können

Kraftspender Natur
Viel frische Luft lässt den Teint glatter und rosiger wirken

Mit der Heilkraft aus Fernost
Dank Vitaminen, Mineralien und bestimmten Pflanzenelementen können diese Pflegeprodukte gleichsam einen Schutzschild von innen bilden und den Alterungsprozess verlangsamen.

Reinigung
Gesichtsöle sind besonders sanft zur Haut

Gesichtspflege
mit Heilkräutern aus China: China Herbal Ultimate Renewal Cream, Wei East, ca. 20 €, www.hse24.de

Sanfte Gesichtsmassagen sind ein weiterer bewährtes Schönheitsgeheimnis und Grund, warum viele asiatische Frauen bis etwa 50 Jahren hübsch bleiben. Mit Gesichtsrollern aus Jade reiben sie regelmäßig sanft über die Haut. Das stimuliert die Zellerneuerung, glättet Fältchen und lässt Schwellungen abklingen. Vor der Anwendung wird die Haut gründlich gereinigt und eine Creme oder ein Serum aufgetragen. Schöner Nebeneffekt: eine Tiefenentspannung.

AM ANFANG JEDER PFLEGE steht eine intensive Reinigung. Dafür werden zuerst Schutz und Make-up-Resste mit einem ölhaltigen Gesichtsaufreiniger entfernt, danach folgt die Tiefenreinigung mit einem Waschgel oder Peeling. Ganz nach dem Meist Vorbeugen ist besser als kleine Maki mit Schiefern vom Make-up loswerden. Viele Asiatinnen gönnen sich mindestens zweimal pro Woche eine Tuch-Maske, die mit wohltuenden Essenzen und Pflegegeheimnissen gefüllt ist.

UM FALTEN VORZUBEUGEN und den Teint vor Sonne zu schützen, sind Tagescremes mit Lichtschutzfaktor Pflicht. Eine Vorsichtsmaßnahme, die auch sehr ganzjährig beherzigen sollten, da UV-Strahlung die Hauptursache für vorzeitige Hautalterung ist. Chinesinnen setzen bei der Gesichtspflege häufig auf heimische Pflanzen Extrakte, die sie mit modernen High-Tech-Wirkstoffen kombinieren. Grüner Tee, Ginseng oder Gajawurzen wirken z. B. wegen ihrer entzündungshemmenden und ihres Anti-Aging-Effekts geschätzt.

Verfügen Sie sich über:
Yunai Asian Beauty Secrets Berühmende Tugendmaske + Regenerierendes Serum, medipharma cosmetics, Set ca. 12 €

Beauty-Elixer
Schützt und beruhigt „Natur Pur Balance Grüner Tee-Elixer“, Charlotte Meentzen, ca. 24 €

NATUR PUR
NATURAL HYDRO BOOSTER

Intensivkonzentrat spendet Feuchtigkeit mit Hyaluron aus dem chinesischen Zitrusöl, „Natural Beauty Hydro Booster“, Annemarie Börlind, ca. 38 €

Kräuter-Peeling
Reinigt die Haut, porentief, „Facial Peeling Bambon & Tiger Grass“, Master Lin, ca. 39 €, www.masterlin.kosmetik.at

Seba med PRO!

Schützt doppelt vor vorzeitiger Hautalterung.

Polifenol Complex CUE+

- Der polifenolische Pflegegeheimnis wirkt von innen und stabilisiert die Seidenstruktur der Hautzellen

pH-Wert 5,5

- Der pH-Wert der gesunden Haut schützt von außen und stärkt ihre Barrierefunktion

Die Doppelstrategie gegen vorzeitige, unumkehrbare Hautalterung

GESUNDER SCHUTZ GESUNDE HAUT

• Dieses Produkt und alle anderen der Seba med PRO! sind nach der deutschen D.M.S. 2017 zertifiziert.

www.sebamed.de

FOOD

IDEEN AUS DEM TINA KOCHSTUDIO SIND LEICHT NACHZUKOCHEN UND MACHEN GLÜCKLICH. WOCHE FÜR WOCHE BEGEISTERN DIE KÖSTLICHEN REZEPTE, DIE PRAKTISCHEN RATGEBER UND DIE INSPIRIERENDEN PRODUKT-NEWS DIE LESERINNEN.

TINA GESUND+FIT UND TINA SCHLANK UNTERSTÜTZEN DIE LESERIN SCHWERPUNKTMÄßIG MIT GESUNDEN ERNÄHRUNGSTIPPS UND DIÄT-REZEPTEN.



REISEN

REISE-REPORTAGEN VON ECHTEN MENSCHEN ZEIGEN TEILS UNENTDECKTE LIEBLINGSORTE UND REGEN DIE LESER ZUM TRÄUMEN UND ZUR NÄCHSTEN URLAUBSPLANUNG UND -BUCHUNG AN.

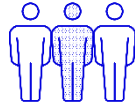


DIE BESTEN SEITEN DES LEBENS.



KONZEPT

TINA begeistert als Real-Life Expertin Woche für Woche Millionen Frauen mit Themenwelten mitten aus dem Leben, aus Mode, Beauty, Gesundheit und Ernährung. Sie ist Qualitätsführer im Segment der wöchentlichen Frauentitel. Der TINA-Weg: Mehr TIEFE, RELEVANZ und EMOTIONEN.



ZIELGRUPPE

TINA-Leserinnen sind familienorientiert, sozial engagiert, qualitätsbewusst und modeinteressiert.

- Kernzielgruppe Frauen 45+
- Ø HHNE 3.222 €
- 83% haushaltsführend



FACTS

- Gründungsjahr 1975
- Copypreis 1,69 €
- Erscheinungsweise: wöchentlich
- Anzeigenpreis: 42.520 € (TINA PLUS)
- Verkaufte Auflage 270.137 Exemplare*
- Reichweite 2,09 Mio.**



USPS

- Qualitätsführerin im Segment der wöchentlichen Frauenzeitschriften
- Die Real-Life Expertin für Frauen 45+
- Die beste Seite des Lebens



DIE TINA LESERIN



Die Leserschaft ist zu 94% weiblich



Das Alter der Kernzielgruppe ist 45+



Nahezu die Hälfte verfügt über eine HHNE von über 3.000 €



83% der Leserinnen sind haushaltsführend

EINE VERLÄNGERUNG AUF WUNDERWEIB.DE



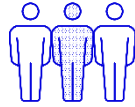
KONZEPT

WUNDERWEIB.de ist die digitale Dachmarke von 30 Frauenzeitschriften und damit das größte Frauenportal in Deutschland! Wir überraschen, helfen und begeistern mit unseren Themen und zeigen allen Frauen, wie wunderbar ihre eigene Welt ist.



FACTS

- 53,74 Mio. Pis
- 27,53 Mio. Visits
- 8,06 Mio. UU
- 1.006.104 Facebook-Fans
- 864.145 Pinterest-Follower
- 105.295 Instagram-Follower



ZIELGRUPPE

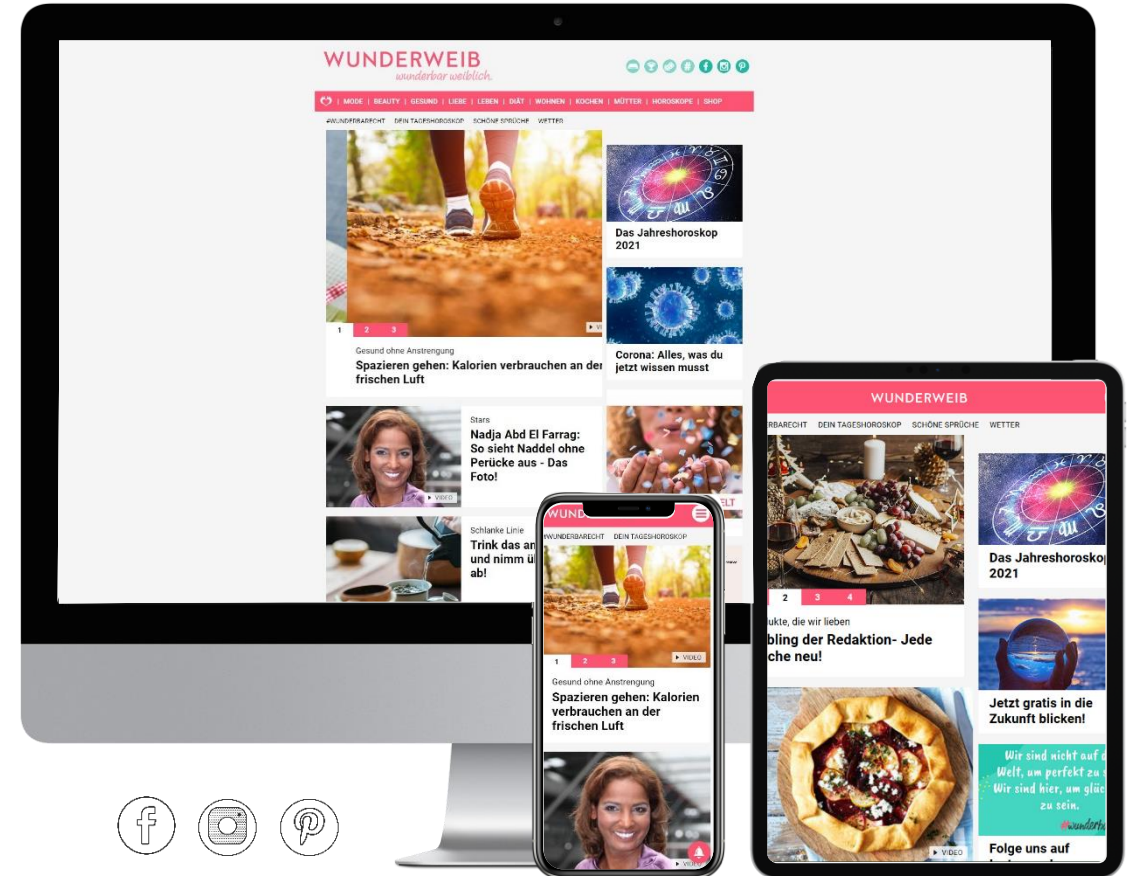
WUNDERWEIB.DE – Leserinnen sind kaufkräftig, mitten im Leben, gesundheitsbewusst und sportlich aktiv.

- 69% weiblich
- Ø 20-49 Jahre
- 70% HHNE >2.000 EUR



USPS

- Breite Frauenzielgruppe mit individueller Ansprache
- Positive Abstrahleffekte auf Ihre Brand durch authentischen und relevanten Content
- Hohe Interaktionsraten auf Facebook im Vergleich zum Wettbewerb



WUNDERWEIB ERREICHT FRAUEN JEDER ALTERSGRUPPE



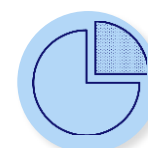
Die Leserschaft ist zu 69% weiblich



52% der User*innen sind zwischen 20 und 49 Jahre alt



70% der User*innen verfügt über eine HHNE von über 2.000 €



41% der User*innen leben mit 3 oder mehr Personen in einem Haushalt

THEMENPLAN TINA 2021

1. Quartal (#02 bis #14)

Beauty

- Heizungsluft, Winterkälte und trotzdem Glanz im Haar
- Tolle Haut in kalten Zeiten: Masken, Pflege & Co
- Grundierung, Make Up und Styling für sonnige Wintertage
- Jünger aussehen mit den richtigen Peelings
- Lippenpflege
- Eine schönes und gesundes Lächeln - Zähne

Mode

- Die neuen Frühling-Trends
- Nachhaltige Trendmode
- Jeans für jeden Figurtyp
- Schuhe & Accessoires - die neuesten Trends
- Valentinstag
- Eyewear, Stylish Brillen für den Durchblick im Job
- Curvy

Reise

- Romantiktrips zum Valentinstag
- Wellnesswochenende
- Winterurlaub

Food

- Fit & Schlank für den Start ins Jahr
- Passende Rezepte fürs (Intervall)fasten
- Frische Frühlingsküche
- Gemüse & Obst - welche Vitamine im Winter
- Ostern mit der Familie - Der perfekte Oster-Brunch
- 30min Rezepte

2. Quartal (#15 bis #27)

Beauty

- Der beste Anti-Aging Schutz im Sommer
- UV-Schutz für Haut und Haare
- Anti-Aging für die Haare
- Beauty Wunderwaffen: Hyaluron & Co
- Naturwirkstoffe
- Schöne Hände und Füße für den Sommer
- No Plastics

Mode

- Die perfekten Kleider für den Sommer
- Bademode
- Hochzeit
- Green Fashion
- Happy Feet: Sandalen, Espadrilles, FlipFlops
- Sommeraccessoires - Sonnenbrillen, Schmuck, Taschen, Gürtel
- Dessous, Wäsche

Reise

- Reiseziele für ein perfektes Wochenende
- Der Zauber Südafrikas
- Die schönsten Fahrradrouten Deutschlands
- Glamping
- Ferien zu Hause

Food

- Geniale Spargel-Rezepte
- Gesunde Snacks für die ganze Familie
- Erdbeeren - die süßen Sommerfrüchte
- Köstliche Grillrezepte (für Fleisch- und Veggie-Liebhaber)
- Schnelle Gemüse-Küche und vegane Familiengerichte
- Aromatische Sommerkuchen

3. Quartal (#28 bis #40)

Beauty

- Schöne Haare im Herbst
- Nagellack in Trendfarben
- tina Ageless Award: Die besten Produkte 2021
- Clevere Schönmacher: Wir schlafen uns schön
- Nachhaltige Pflegeprodukte
- Beauty-Kräuter

Mode

- Das sind die Herbst-Trendfarben
- Wolle, Cashmere & Co
- Outdoor-Mode und -accessoires
- Shapewear: Perfekt in Form
- Stylish Stiefel, Schuhe und Taschen
- Fair Fashion/Faire Jeansmode
- Oktoberfestmode

Reise

- Die schönsten Sehnsuchtsorte
- Wandern im Herbst
- Ab in den Süden - So schön ist Mallorca
- Ferien mit dem Camper
- Die schönsten Bahnreisen

Food

- Herbstgemüse: Kürbis, Süßkartoffel & Möhren
- Levanteküche
- Die besten Obstkuchen - Apfel, Pflaume, Quitte
- Clean Eating, Nachhaltigkeit & Co.
- Anti-Aging Food
- Einkochen, Einwecken
- Fischküche

4. Quartal (#41 bis #01)

Beauty

- Neue Düfte für jeden Typ
- Festliche Frisuren
- Kleine Beauty-Geschenke mit großer Wirkung
- Schön gepflegt mit Naturkosmetik

Mode

- Festliche Looks für die ganze Familie
- Modisch eingepackt - Schöne Jacken & Mäntel
- Die besten Silvester-Outfits
- Kuschel-Mode im Winter
- Nachhaltig Schenken
- Wäsche + Dessous zum Fest
- Schmuck + Uhren

Reise

- Weihnachtsshopping in Europas Metropolen
- Reisen rund um Sport und Wellness
- Hüttenzauber
- Kreuzfahrt 2022

Food

- In der Weihnachtsbäckerei
- Weihnachts-Menüs für Beginner und Fortgeschrittene
- Christina Richons Silvester-Buffer
- Heiße Suppen für kalte Tage
- Zitrusfrüchte (Orangen)
- Geschenke aus der Küche

Vorbehaltlich Änderungen durch die Redaktion.

SONDERHEFTE UND EXTRAS VON TINA 2021

1. Quartal (#02 bis #14)	2. Quartal (#15 bis #27)	3. Quartal (#28 bis #40)	4. Quartal (#41 bis #01)
▪ TINA Gesund + Fit EVT: 03.02.202 AS: 15.12.2020 ▪ TINA Schlank I EVT: 13.01.2021 AS: 30.11.2020	▪ TINA Gesund + Fit EVT: 21.04.202 AS: 04.03.2021	▪ TINA Gesund + Fit EVT: 04.08.2021 AS: 21.06.2021 ▪ TINA Gesund + Fit EVT: 22.09.2021 AS: 09.08.2021 ▪ TINA Schlank II EVT: 16.06.2021 AS: 04.05.2021	▪ TINA Gesund + Fit EVT: 10.11.2021 AS: 24.09.2021

Vorbehaltlich Änderungen durch die Redaktion.

BAUER ADVANCE

337.116
Verkaufte Auflage

2,09 Mio.
Reichweite

42.520 €
1/1 Seite



TINA PLUS-KOMBINATION

*tina plus: Das effiziente Kommunikationspaket – hohe Reichweite mit optimaler Zielgruppenansprache verbindet zwei sich ergänzende Marken, **tina** und **bella**, zu einem attraktiven Zielgruppenpaket und bietet hohe Reichweite zu einem günstigen Preis. Mit einer Reichweite von mehr als 2,09 Mio. Frauen gehört **tina plus** zu den größten Werbeträgern für Frauenzielgruppen. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis garantiert dabei eine wirtschaftliche Ansprache.*

424.471
Verkaufte Auflage

2,55 Mio.
Reichweite

57.550 €
1/1 Seite

3%
Ersparnis



TINA BELLA-LAURA-KOMBINATION

Mit einem Abo-Anteil von 17,8 % hat die **tina-bella-Laura-KOMBINATION** die höchste Quote an regelmäßigen Leserinnen.

Diese Kombinationen gehören in der Zielgruppe Frauen zu den größten Belegungseinheiten. Die Titel sind von den redaktionellen Konzepten her komplementär zueinander konzipiert. Insgesamt erreichen alle drei Titel eine Zielgruppe zwischen 30 und 59 Jahren, die aber entsprechend ihrer individuellen Bedürfnisse und Interessen angesprochen wird.



532.829
Verkaufte Auflage

2,91 Mio.
Reichweite

72.870 €
1/1 Seite



TINA BELLA-LAURA-ALLES FÜR DIE FRAU-KOMBINATION

Mit einer Gesamt-Reichweite von 2,91 Mio. ist die **tina-bella-Laura-Alles für die Frau-KOMBINATION** eine der reichweitenstärksten wöchentlichen Frauen-Kombinationen.

Diese Kombinationen gehört in der Zielgruppe Frauen zu den größten Belegungseinheiten. Die Titel sind von den redaktionellen Konzepten her komplementär zueinander konzipiert. Insgesamt erreichen alle vier Titel eine Zielgruppe zwischen 30 und 59 Jahren, die aber entsprechend ihrer individuellen Bedürfnisse und Interessen angesprochen wird.

WIR SIND FÜR SIE DA!



Natalie Schwarz

Head of Marketing | Beauty & Fashion



natalie.schwarz@baueradvance.com



T +49 40 3019 3086
M +49 175 9546142



Peggy Eife

Deputy Head of Marketing | Beauty & Fashion



peggy.eife@baueradvance.com



T +49 40 3019 3078



Nina Feldkamp

Brand Solutions Manager | Women



nina.feldkamp@baueradvance.com



T +49 40 3019 3076

BAUER ADVANCE

WIR SIND FÜR SIE DA!



Frank Fröhling

Managing Director

 frank.froehling@baueradvance.com
 +49 40 3019 3099



Benjamin Schulze

Director Sales & Head of Sales | Düsseldorf

 benjamin.schulze@baueradvance.com
 T +49 211 310608 13
M +49 171 4159825



Kati Biesing

Head of Sales | Hamburg & Berlin

 kati.biesing@baueradvance.com
 T +49 40 3019 3074
M +49 170 3398573



Sebastian Himmer

Head of Sales | Frankfurt

 sebastian.himmer@baueradvance.com
 T +49 69 6642635 14
M +49 151 62845617



Reinhard Baum

Head of Sales | München & Stuttgart

 reinhard.baum@baueradvance.com
 T +49 89 6786 7282
M +49 170 3398589



Sandra Cölln

Head of Sales | Healthcare Sales

 sandra.coelln@baueradvance.com
 T +49 40 3019 3027
M +49 151 61356161



Russna Jaswal

Head of Sales | International Sales

 russna.jaswal@baueradvance.com
 T +49 89 6786 7891
M +49 151 17283359



Vanessa Palten-Rossi

Head of Sales | Digital Sales

 vanessa.palten-rossi@baueradvance.com
 T +49 40 3019 3159
M +49 171 5677820

BAUER ADVANCE

a company of **BAUER MEDIA GROUP**