

THIS IS
MAXI

*EIN BLICK AUF UNSERE LESER*INNEN*

MA 2022 PM I & B4P 2021 III





MAXI ZEIGT GESICHT

NEU: MAXI IST ZÄHLBAR

EINE ATTRAKTIVE ZIELGRUPPE

**Reichweite
gesamt:**

**0,33
Mio.**



ALTER

Über 50% der Leser*innen sind zwischen 30 und 59 Jahre jung. Ø-Alter: 42,5

EINKOMMEN

Die MAXI Leser*innen verfügen über eine hohe Konsumkraft. Ø HHNE 3.847€

FAMILIE

Die MAXI Leserin lebt zum Großteil nicht alleine im Haushalt und hat Kinder

BILDUNG

73% verfügen über Mittlere Reife/
Fachhochschulreife/ allg. Hochschulreife

BAUER ADVANCE



MAXI LIEBT BEAUTY

Index
221

EXPERTENWISSEN

Bei Kosmetikprodukten
brauche ich eine
fachgerechte Beratung.

Index
223

NEUGIER

Ich probiere gerne
Waren-/Duftproben aus,
wenn ich sie in
Zeitschriften finde.

Index
246

OFFENHEIT

Ich bin für neue
Kosmetikprodukte immer
aufgeschlossen.

Index
207

NATÜRLICHKEIT

Ich verwende
hauptsächlich
Naturkosmetik.



Produktion: Modelwerk für MAXI

MAXI LIEBT FASHION

Index
238

TRENDS

Ich weiß immer über die neuesten Modetrends Bescheid.

Index
228

NACHHALTIGKEIT

Ich bevorzuge beim Kauf von Kleidung Marken, die auf nachhaltige Produktion achten.

Index
175

ZEITSCHRIFTEN

Neuigkeiten über Modetrends erfahre ich am ehesten aus Zeitschriften.

Index
227

OFFENHEIT

Ich probiere gern Neues aus.

Quelle: b4p 2021 III, Basis: Gesamt, Statements „Voll und ganz“

BAUER ADVANCE



MAXI LIEBT HEALTH

Index
156

RELEVANZ

Es ist mir sehr wichtig,
etwas für meine
Gesundheit zu tun.

Index
159

INFORMATION

Ich informiere mich
häufig in Medien über
Gesundheitsfragen.

Index
184

NATURPOWER

Ich verwende bevorzugt
rein pflanzliche
Präparate.

Index
176

PRÄVENTION

Seit der Corona-
Pandemie nutze ich
vermehrt Vitamine,
Mineralstoffpräparate
und Nahrungsergänzung,
um meine körpereigenen
Abwehrkräfte zu stärken.



MAXI LIEBT FOOD

Index
161

GENUSS

Ich würde mich selbst als Genießer bezeichnen.

Index
200

NEUGIER

Rezeptideen aus Zeitschriften probiere ich häufig aus.

Index
158

QUALITÄT

Bei Lebensmitteln achte ich auf Prüf-/Qualitäts-/Biosiegel.

Index
142

RELEVANZ

Gutes Essen und Trinken spielen in meinem Leben eine große Rolle.

MAXI IST NAHBAR.
**NAH AN IHREN
LESER*INNEN.**
SEIEN SIE DABEI!

BAUER ADVANCE

WIR FREUEN UNS AUF SIE!



NATALIE SCHWARZ

Head of Marketing Beauty & Fashion
Women | Premium | Lifestyle | Teenage

natalie.schwarz@baueradvance.com

T +49 40 3019 3086 | M +49 175 9546142



KRISTIN KETTLER

Team Lead Brand Solutions Lifestyle

kristin.kettler@baueradvance.com

T +49 40 3019 3225



SHARY MARTIN

Junior Brand Solutions Manager Lifestyle

shary.martin@baueradvance.com

T +49 40 3019 3121

BAUER ADVANCE

WIE EINE BESTE FREUNDIN

KONZEPT

MAXI hat einen offenen Blick für gesellschaftliche Trends und zeigt die schönen Dinge im Leben. MAXI ist genauso vielseitig wie die Interessen ihrer Leser*innen. Zeitgeist und Unterhaltung, Mode- & Beautytrends, Reportagen und Humor. Immer authentisch, immer ganz nah am Leben und immer mit Herz.

FACTS

- Copypreis 3,10€
- Erscheinung: 11x jährlich
- Anzeigenpreis: 25.900 €
- Magazin - & Pocketformat
- 0,33 Mio. Leser*innen*
- 91.253 verkaufte Ex.**
- 10,30 Mio. UU***

ZIELGRUPPE

MAXI-Leser*innen sind bodenständig, humorvoll, neugierig, verbindlich und anspruchsvoll.

- Ø 42,5 Jahre
- Ø HHNE 3.847€
- 73% haben einen höheren Bildungsabschluss

USPS

- Spannende und berührende Geschichten mit Tiefgang und einem Blick hinter die Kulissen.
- Nachhaltigkeit ist Programm
- 35 Jahre erfolgreich am Kiosk



BAUER ADVANCE

a company of **BAUER MEDIA GROUP**