

Markenprofil





## FIRST IN ENTERTAINMENT!

*26 Jahre FIRST IN ENTERTAINMENT – TV Movie ist die innovative Crossmedia-Marke. Als eine der bekanntesten Medienmarken Deutschlands bietet TV Movie stets neue und innovative Kommunikationskonzepte. Der MovieStar gibt dieser großen Marke ein unverwechselbares Gesicht.*



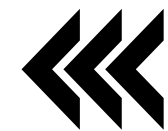
*„TV Movie steht für großes Entertainment und spannende Lifestyle-Themen. Die Geschichten sind journalistisch hochwertig und bestechen durch wertigste Fotooptik, authentische Texte und den Blick „behind the scenes“.*

*Unsere Leser sind junge, einkommensstarke Männer und Frauen, die sich nicht nur für Film und Fernsehen begeistern. Sie haben Freude und Spaß am Leben, interessieren sich für Trends und modernen Lifestyle – und sie haben auch die finanziellen Möglichkeiten, sich ihre Träume und Wünsche zu erfüllen.“*

**UWE BOKELMANN**

Chefredakteur TV Movie





# REDAKTIONELLE SÄULEN





STARS



**LIAM NEESON**  
 „MANCHMAL MUSS ES EINFACH WEHTUN“

**STARS PORTRAIT**

➔ Von Oskar Schindler zum Action-Star – dahinter steckt eine Tragödie, das Filmen ist Therapie. Und so ignoriert Liam Neeson immer weiter...

**Siechtig nach Action**

Neeson hat das Leben in zwei Hälften unterteilt: Die eine ist das Leben als Schindler, die andere als Action-Star. In beiden Fällen ist er ein Mann, der sich nicht an den Regeln der Welt orientiert. Er ist ein Mann, der sich nicht an den Regeln der Welt orientiert. Er ist ein Mann, der sich nicht an den Regeln der Welt orientiert.

**LIAM NEESON**  
**IN ZAHLEN**

- GEBOURTAG:** 1961, 10. März, Dublin, Irland
- GRÖSSE:** 1,88 Meter
- GENRE:** Action
- VERHÖGEN:** 19. März, Dublin
- GAGE:** 10 Mio. Dollar für „Taken 2“ (2017)
- WOHNSTÄTTE:** Malibu, Kalifornien

# TECHNIK



**TECHNIK**

**PSSSSSSSSSSSSSSSSSSS!**

**JETZT GIBT'S RICHTIG WAS AUF DIE OHREN!**

**Endlich Ruhe!**  
Moderne Kopfhörer sperren den Lärm aktiv aus. Doch welcher Hörer kann was? TV Movie macht den Test

**DER ALLROUNDER**  
Der neue Sennheiser HD 6000 ist ein auf den ersten Blick beeindruckendes Modell, das keine auf der Hand. Die Steuerung ist intuitiv und leicht zu bedienen. Die Kopfhörer sind leicht zu tragen und passen sich an verschiedene Köpfe an. Die Klangqualität ist hervorragend. Preis ca. 290€

**DER LÄRM-ROCKER**  
Der Sennheiser HD 6000 ist ein Kopfhörer, der nicht nur einen hervorragenden Klang liefert, sondern auch einen hervorragenden Lärm-Schutz. Die Kopfhörer sind leicht zu tragen und passen sich an verschiedene Köpfe an. Die Klangqualität ist hervorragend. Preis ca. 290€

**PROFI-TUNING**  
Für den Profikopfhörer HD 6000 ist die aktive Geräuschunterdrückung (ANC) ein Muss. Sie ist ein wichtiges Merkmal, das den Lärm ausblendet und die Klangqualität verbessert. Die Kopfhörer sind leicht zu tragen und passen sich an verschiedene Köpfe an. Die Klangqualität ist hervorragend. Preis ca. 290€

**DES SOUND-KING**  
Der Sennheiser HD 6000 ist ein Kopfhörer, der nicht nur einen hervorragenden Klang liefert, sondern auch einen hervorragenden Lärm-Schutz. Die Kopfhörer sind leicht zu tragen und passen sich an verschiedene Köpfe an. Die Klangqualität ist hervorragend. Preis ca. 290€







  
TRAVEL



**HEALTH**

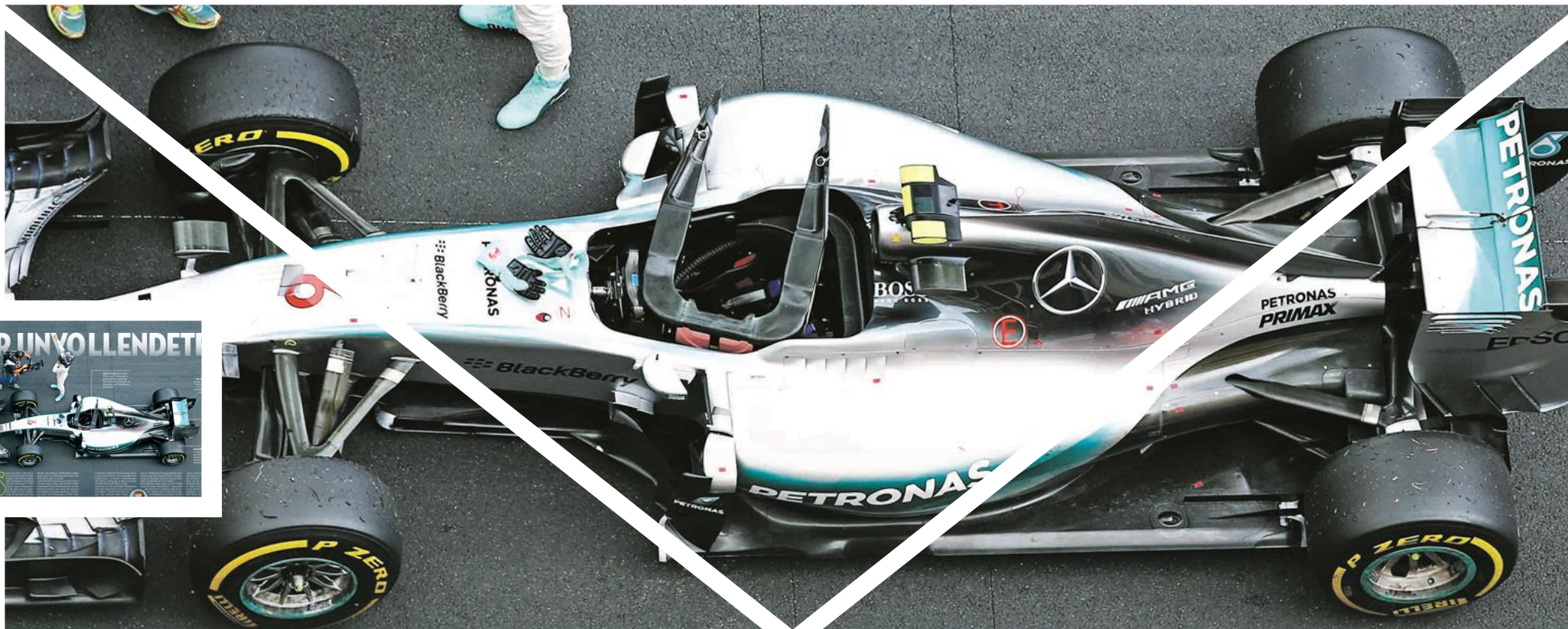
## DIE 10 GRÖSSTEN IRRTÜMER ÜBER SONNENCREME

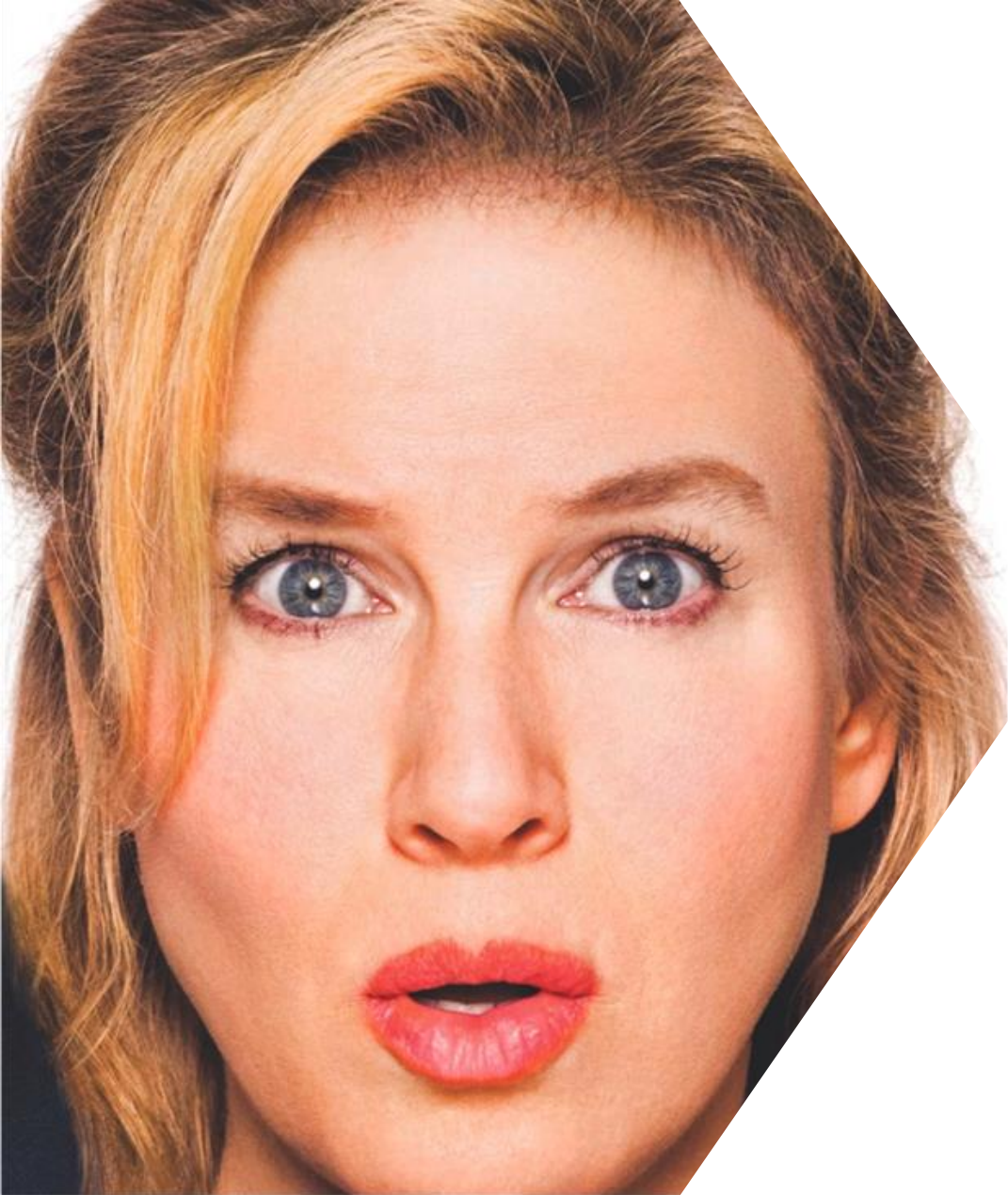
→ Sie soll unsere Haut vor schädlichen Strahlen und einem Sonnenbrand schützen – aber GUTER müssen wir sie richtig anwenden

- 1. GIBES AUS DEM VORHANDEN ICH HOCH BENUTZEN**  
Sonnenschutzcreme, die ständig greifbar ist, wird weniger genutzt. Auch wenn sie die schützende Wirkung der aktiven Substanzen (UVA- und UVB-Filter) über die Zeit verlieren kann, ist es besser, sie zu verwenden, als gar nicht. Insbesondere wenn sie in einem Handtaschenfach versteckt ist, das auch die bereits gebildeten Zellen im Sonnenlicht für eine erneute Wirkung sensibilisiert. Zudem sind auch Trümpfe, Gürtel und andere Accessoires, die die Creme abreiben, ein Problem.
- 2. KEIN EHMEN SONNENBRAND HILFT JOGHURT AM BESTEN**  
Die Haut braucht einen Schutz vor UV-Strahlung, nicht nur vor den schädlichen Auswirkungen der Sonne, sondern auch vor den Auswirkungen der Umweltverschmutzung. Joghurt enthält Laktobazillen, die die Haut vor Bakterien schützen können.
- 3. SONNENCREME, SPRAY COVER GEL – DAS MACHT KEINEN UNTERSCHIED**  
Sonnenschutzcreme, Spray und Cover Gel sind alle in der Lage, die Haut vor UV-Strahlung zu schützen. Die Wahl hängt von der persönlichen Präferenz ab.
- 4. SONNENCREME MUSS GUT KINHASSAFT WERDEN**  
Sonnenschutzcreme sollte nicht nur die Haut vor UV-Strahlung schützen, sondern auch die Haut vor Austrocknung und Irritationen schützen.
- 5. EIN EINFACHER UFSCHRIFF BEDEUT AUS**  
Ein einfaches UFSCHRIFF bedeutet, dass die Creme eine hohe Schutzkraft hat und die Haut vor UV-Strahlung schützt.
- 6. LIE SO SCHÜTZT DEN GANZEN TAG**  
Sonnenschutzcreme sollte nicht nur vor UV-Strahlung schützen, sondern auch vor den Auswirkungen der Umweltverschmutzung. Eine hohe Schutzkraft ist wichtig, um die Haut vor UV-Strahlung zu schützen.
- 7. EIN LEICHTER CREMEFILM AUF DER HAUT BEDEUT AUS**  
Ein leichter Creme Film auf der Haut bedeutet, dass die Creme eine hohe Schutzkraft hat und die Haut vor UV-Strahlung schützt.
- 8. WASSERFEST – DANN BIN ICH SICH HAUEN DEN BADEN NOCH 100-PROZENTIG GESCHÜTZT**  
Wasserfest bedeutet, dass die Creme eine hohe Schutzkraft hat und die Haut vor UV-Strahlung schützt.
- 9. MIT STARKEM SONNENSCHUTZ BLEIBE ICH BLASS**  
Ein hoher Sonnenschutzfaktor bedeutet, dass die Creme eine hohe Schutzkraft hat und die Haut vor UV-Strahlung schützt.
- 10. FÜR DAS GESICHT BRAUCHE ICH KEINE SPEZIELLE CREME**  
Für das Gesicht braucht man eine spezielle Creme, die die Haut vor UV-Strahlung schützt.



# »»» SPORT





# VOD NEUSTARS

**DIE BESTEN VOD-STARTS DER 14 TAGE**

**BRIDGET JONES' BABY**

**DER WEITE WEG DER HOFFNUNG**

**WEITERE STARTS**

**Montag**

**Dienstag**

**Mittwoch**

**Donnerstag**

**Freitag**

**Samstag**

**Sonntag**

**14.11.17**





**DIE BESTEN FILME**  
VON DER WOCHE 12. BIS 18. FEBRUAR 2017

# JUMANJI

**WILKOMMEN IN DSCHUNGE!**

**KINOSTARTS DER 14 TAGE**

**Starb 21.12.** → Ich mich hier (Topf) Dropping Johnson kämpft sich durch Action-Videofilme.

**3D ABENTEUER-KOMEDIEN** → Ein Film, der die Abenteuerlust eines Mannes in die Handlung des Films einbringt. Die Abenteuerlust eines Mannes in die Handlung des Films einbringt.

**TV MOVIE MEINT** → In der ersten Folge des Filmes 'Jumanji' spielt Jack Black die Rolle eines Mannes, der in eine gefährliche Dschungelwelt entführt wird.

**Das witzigste Girl im Film ist... Jack Black!**  
Der **US-Komiker** stellt als Mädchen im Körper eines dicken Mannes fest den **'Rufous'-Star** der Show.

**B** → Ich mich hier (Topf) Dropping Johnson kämpft sich durch Action-Videofilme.

**Das witzigste Girl im Film ist... Jack Black!**  
Der **US-Komiker** stellt als Mädchen im Körper eines dicken Mannes fest den **'Rufous'-Star** der Show.

**Das witzigste Girl im Film ist... Jack Black!**  
Der **US-Komiker** stellt als Mädchen im Körper eines dicken Mannes fest den **'Rufous'-Star** der Show.





DVD





FILMHITS

FILME

EMILY BLUNT  
DER WEISSE HAI

MATTHEW MCCONAUGHEY  
THE MASTER

**DIE 22 BESTEN**  
ALLER ZEITEN

VON HOLLYWOODS  
TOP-STARS  
EHPFOHLEN

→ Sie begeistern Millionen Zuschauer mit Ihren Blockbustern, räumen einen Preis nach dem anderen ab – doch welche Filme liegen sie privat? In TV Movie verraten 22 Hollywood-Stars ihre persönlichen Kino-Hits

**DER WEISSE HAI**  
HIERER: THRILLER  
Nach dem legendären Klassiker von 1975, in dem Richard Dreyfuss als Wissenschaftler gegen einen riesigen Hai kämpft, ist die neue Version ein Action-Thriller mit Emily Blunt als Wissenschaftlerin, die die Jagd auf den Hai führt.

**THE MASTER**

**THE MASTER**  
Dabei: Leonardo DiCaprio  
In dem Drama "The Master" spielt DiCaprio den schizofrenen Serienmörder J. Edgar Hoover, der die FBI gründet.

**DER WEISSE HAI**  
VON HOLLYWOODS TOP-STARS EHPFOHLEN

**THE MASTER**  
Dabei: Leonardo DiCaprio  
In dem Drama "The Master" spielt DiCaprio den schizofrenen Serienmörder J. Edgar Hoover, der die FBI gründet.



## TV MOVIE FACTS

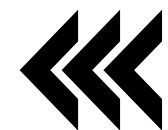
Die aktuelle ma 2018 PM I bestätigt TV MOVIE eine Reichweite von 4,9 Mio. Lesern.

|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| Gründungsjahr     | 1991               |
| Copypreis         | 1,90 €             |
| Erscheinungsweise | 14-täglich         |
| Heftformat        | 225 x 285 mm       |
| Anzeigenpreis     | 62.943 €           |
| Verkaufte Auflage | 887.069 Exemplare* |
| Reichweite        | 4,9 Mio.**         |

Die TV Movie-Leserschaft ist im Durchschnitt Anfang vierzig (Ø-lich 42 Jahre), berufstätig und wohlhabend. Das Ø-liche Haushaltsnettoeinkommen beträgt 3.353 Euro.\*\*

\*IVW II/2018 / \*\*ma 2018 PM I





## DIE TV MOVIE LESER

sind:

KONSUMFREUDIG  
TRENDBEWUSST  
PROBIERFREUDIG

**TECHNIK**

„Ich beschäftige mich gerne mit Computern und anderen modernen elektronischen Produkten.“

Index  
122

**MARKEN**

„Ich kaufe vorwiegend exklusive Marken.“

Index  
121

**KONSUM**

„Ich probiere gern neue Produkte aus.“

Index  
117

**MODE**

„Beim Kauf von Mode lege ich großen Wert auf beste Qualität.“

Index  
121



# DIE TV MOVIE LESER

Quelle: b4p 2017 III, Basis: Gesamt

**WOHNEN**

„Ich interessiere mich sehr für neue Einrichtungstrends.“

Index  
116

**KOSMETIK**

„Für neue Kosmetikprodukte bin ich immer aufgeschlossen.“

Index  
121





# SOZIODEMOGRAFIE TV MOVIE

**51%**

## LESERSCHAFT

Die Leserschaft ist fast ausgeglichen,  
jedoch zu 51% männlich.

**55%**

## ALTER 20-49

Etwas mehr als die Hälfte der  
Leser ist zwischen 20 und 49.

**54%**

## HH-NETTO 3.000+

Die Mehrheit verfügt über ein  
HHNE von über EUR 3.000.

**72%**

## BERUFSTÄTIG

Der Großteil der Leserschaft  
ist berufstätig.



# TV MOVIE MARKENWELT

MAGAZIN & EMAG

SPECIALS & LINE EXTENSIONS

DIGITAL

SOCIAL MEDIA

APP





# TVMOVIE.DE

TVMOVIE.de mit dem bekannten MovieStar.

Alles auf einen Blick: übersichtliches TV-Programm, HOT7 des Tages sowie brandaktuelle News zu Filmen und Serien. Der VOD-Channel bietet eine Übersicht zu den Neuigkeiten und Highlights. Der neue redaktionelle Entertainment-Bereich findet der User die aktuellsten News der TVMovie.de-Redaktion.

TVMOVIE.de erreicht sowohl breite als auch spitze Zielgruppen im Informations- und Entscheidungsmoment.

72,52 Mio. mtl. Page Impressions\*  
 20.50 Mio. mtl. Visits\*\*  
 5,44 Mio. mtl. Unique User\*\*



Quellen: \*AGOF 12/2017 Ø Monat der letzten 3 Monate, \*\*IVW 12/2017

# »»» TVMOVIE.DE

## MÄNNLICH

Der Männeranteil beträgt 61%, davon sind 70% zwischen 20-49 Jahre.

61%

## EINKOMMEN

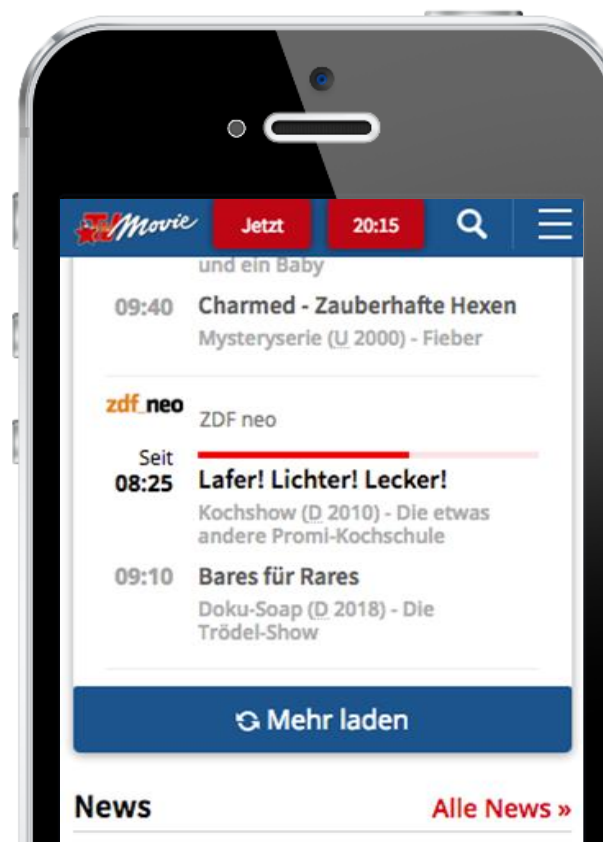
68% der TVMOVIE.de-User verfügen über ein HHNE von mehr als EUR 2.000.

68%

## GEBILDET

TVMOVIE.de-User sind überdurchschnittlich gebildet und verfügen zu 43% über Abitur und Hochschulabschluss.

46%





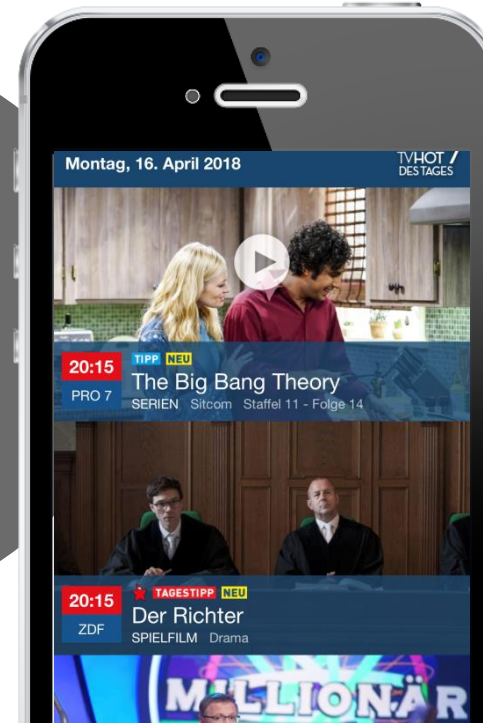
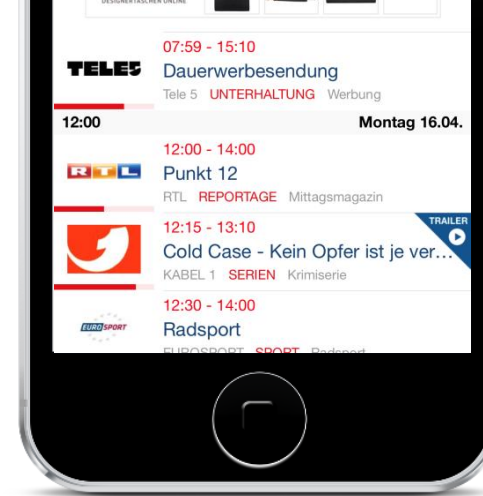


# TV MOVIE GOES SOCIAL

Ob facebook oder Twitter – die Filmfans von TV Movie sind jeder Neuheit auch in Echtzeit auf den Fersen.



> 172.000 facebook Fans  
> 24.000 App Nutzer  
> 2.000 Twitter Follower

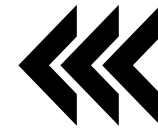




2.874.108  
Verkaufte Auflage

10,63 Mio.  
Reichweite

103.614 €  
1/1 Seite



## TV Movie tv14 KOMBINATION

TV Movie tv14 Kombination ist Deutschlands größte 14-tägliche Kaufzeitschriften-Kombination.

Sie ist die Nr. 1 in Reichweite, Auflage und TKP. 14-täglich werden über 2,9 Millionen Exemplare mit einer Reichweite von über 10 Mio. Lesern ab 14 Jahren verkauft. Beide Titel haben eine stabile Auflage, der Verkauf findet fast ausschließlich im Einzelverkauf und Abonnement statt.

Nutzen Sie den Kombinationsrabatt in Höhe von 15% und werben Sie im gleichen Format in beiden Titeln.

Quelle: ma 2018 PM 1, 35,74 Mio., IVW II/2018.





# IHR TEAM

*Wir beraten Sie individuell und realisieren Ihnen maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Marke.*



## **VANESSA PALTEN-ROSSI**

EXECUTIVE DIRECTOR  
TV MAGAZINES

[vanessa.palten-rossi@bauermedia.com](mailto:vanessa.palten-rossi@bauermedia.com)  
+49 (40) 3019-3085



# VERLAGSBÜROS BAUER ADVERTISING KG

## NORD



### **KATI BIESING**

REGIONAL SALES DIRECTOR  
 kati.biesing@bauermedia.com  
 +49 (40) 30 19 34 00

## WEST



### **BENJAMIN SCHULZE**

REGIONAL SALES DIRECTOR  
 benjamin.schulze@bauermedia.com  
 +49 (211) 31 06 080

## MITTE



### **SEBASTIAN HIMMER**

REGIONAL SALES DIRECTOR  
 sebastian.himmer@bauermedia.com  
 +49 (69) 66 42 63 50

## SÜD



### **REINHARD BAUM**

REGIONAL SALES DIRECTOR  
 reinhard.baum@bauermedia.com  
 +49 (89) 67 86 72 70

## PHARMA



### **FRANK FRÖHLING**

Director Sales – Mitglied der Geschäftsleitung  
 frank.froehling@bauermedia.com  
 +49 (40) 30 19 30 99





MEDIA GROUP

**WE THINK POPULAR.**