

DATEN + FAKTEN

POSITIONIERUNG

Das CHEFKOCH Magazin ist das Magazin aus Deutschlands Küchen für Deutschlands Küchen. In jeder Ausgabe werden die beliebtesten und am besten bewerteten Rezepte von CHEFKOCH.de, der größten Food-Community Europas, ausgewählt, von Profis nachgekocht und dabei fotografiert.

KENNZAHLEN

Copypreis	2,95 €
Erscheinungsweise	monatlich
Verkaufte Auflage	100.056
Reichweite	1,08 Mio.
Page Impressions (chefkoch.de)	109,26 Mio.



	Struktur Ges. Bev. in %	Reichweite in %	Index: Gesamt = 100
gesamt			
Männer	49	1,0	63
Frauen	51	2,1	136
Alter			
14–19 Jahre	7	1,5	99
20–29 Jahre	14	2,2	139
30–39 Jahre	14	1,8	117
40–49 Jahre	16	2,2	142
50 Jahre und älter	49	1,1	70
Schulbildung			
Weiterf. Schule o. Abitur	63	1,5	96
Hoch-/Fachhochschulreife	33	1,7	110
Haushaltsnettoeinkommen			
bis €2.000	31	1,0	65
€2.000 - €3.000	27	1,3	83
€3.000 und mehr	42	2,1	136
Einkaufsverhalten, Käufertypologie			
Ausprobieren von Neuem	48	2,1	130
Fair-Trade Produkte haben einen hohen Stellenwert	21	2,5	160
Präferenz v. zeiteinsparenden Produkten	24	1,9	124

LESERSCHAFT

Das CHEFKOCH Magazin richtet sich hauptsächlich an junge, gebildete Frauen. Sie wollen auch mal etwas ausprobieren und besitzen ein hohes Bewusstsein für nachhaltige Produkte. Zudem erwarten sie von jedem Rezept, dass es reibungslos funktioniert.

MARKENWERT

CHEFKOCH hat eine sehr hohe Markenstärke, die sich in überdurchschnittlichen Ergebnissen in puncto Vertrauen, Sympathie, Loyalität, Uniqueness, Bekanntheit, Klarheit und Attraktivität darstellt.

BESTEHENDE SORTIMENTE

Weinshop, Bücher, Wochenkalender, Schneidegerät Nicer Dicer, Küchengeräte+Tischware

BEISPIELE PRODUKTWELT



KONTAKT

Axel Korda, Director Brand Business
korda.axel@guj.de | +49-40-3703-7277