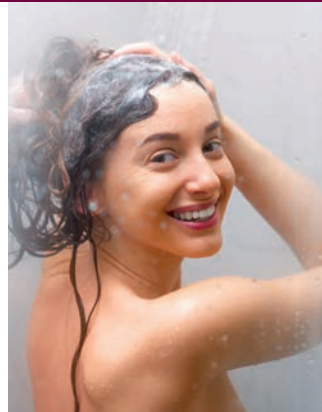


cosmia-Leserprofil



cosmia - Auflage und Reichweite

cosmia ist ein Kundenmagazin und erscheint zweimonatlich. Mit einer Auflage von 120.000 Exemplaren und 1,8 Lesern je Ausgabe liegt die Reichweite bei rund 220.000 Lesern.

cosmia wird bewusst mitgenommen

cosmia wird an rund 750 Einkaufsstätten an Kunden verteilt. Diesen Service lassen sich die Händler etwas kosten. Dementsprechend achten sie darauf, dass möglichst viele Kunden ein Exemplar erhalten. Meist legen die Händler das Heft dort aus, wo Kunden einfach zugreifen können. So nehmen die Kunden die Zeitschrift bewusst mit oder sie fragen nach, wenn sie die aktuelle cosmia nicht finden. Relativ selten werden die Zeitschriften direkt beim Einkauf übergeben.

Die Mehrheit der Leserinnen nimmt die Zeitschrift immer mit, wenn sie erhältlich ist.

- 50 Jahre und älter
- 30 bis 49 Jahre
- bis 29 Jahre

Nehmen Sie cosmia mit?



Weiblich, gut gebildet: Die typische cosmia-Leserin

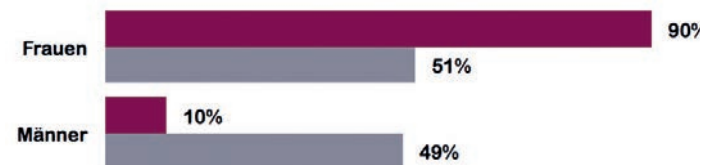
90% der cosmia-Leser sind Frauen. Der Anteil der männlichen Leser ist im Vergleich zur letzten Befragung (2016) leicht angestiegen.

Das durchschnittliche Alter der Leser liegt bei 50,5 Jahren. Doch cosmia hat auch junge Leserinnen: Knapp ein Viertel der Leserinnen sind jünger als 40 Jahre; 8% sind unter 30.

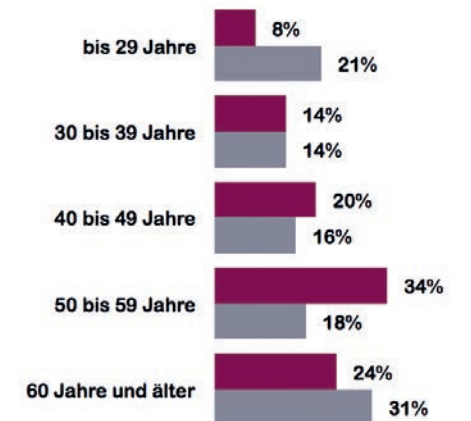
cosmia-Leserinnen verfügen über eine überdurchschnittlich gute Bildung: Über 60% haben mindestens das (Fach-)Abitur und 40% davon einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss.

■ cosmia-Leser
■ Gesamtbevölkerung
* lt. Allensbacher Marktanalyse
Werbeträgeranalyse AWA 2018

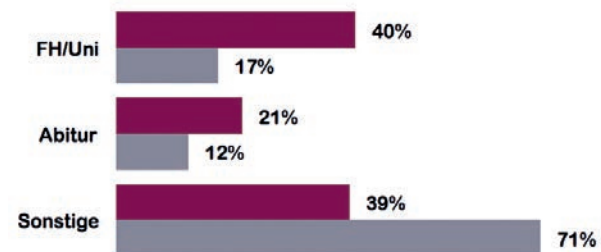
Geschlechterverteilung



Alter



Bildungsniveau



cosmia-Leser Ø 2018: 50,5 Jahre
Gesamtbevölkerung Ø 2018: 48,6 Jahre

Ansprechend und informativ

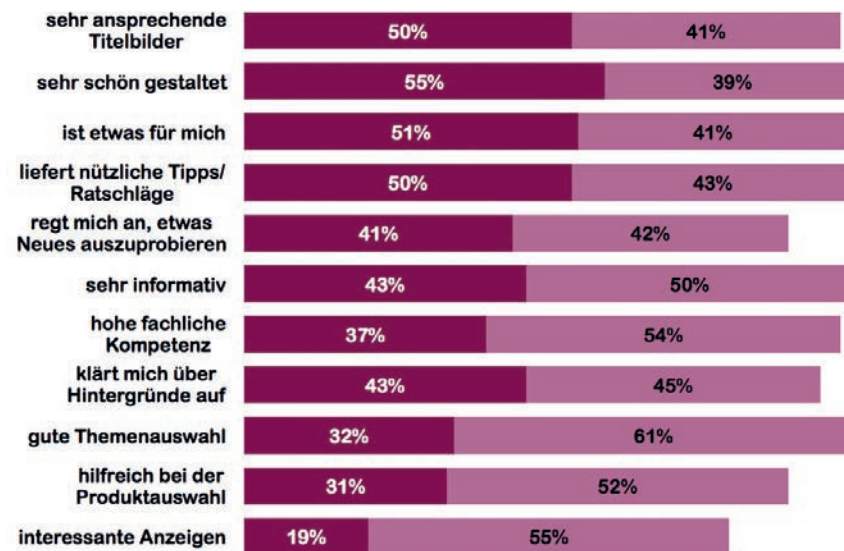
cosmia spricht die Sinne der Leserinnen an: Geschätzt werden die gesamte Gestaltung und die ansprechenden Titelbilder. cosmia ist aber auch eine praktische Begleiterin: Sie liefert nützliche Informationen, regt dazu an Neues auszuprobieren und hilft bei der Produktauswahl. „Ist etwas für mich“ - dieser Aussage stimmen über 90% der Befragten zu.

Die Leserinnen schätzen Infos und Hintergründe zu Naturkosmetikthemen.

Aufgrund von Anzeigen oder redaktioneller Erwähnung werden Produkte im Einzelhandel nachgefragt.

■ trifft voll zu
■ trifft überwiegend zu

Welche der folgenden Aussagen treffen auf cosmia zu?



Einkaufsstätte

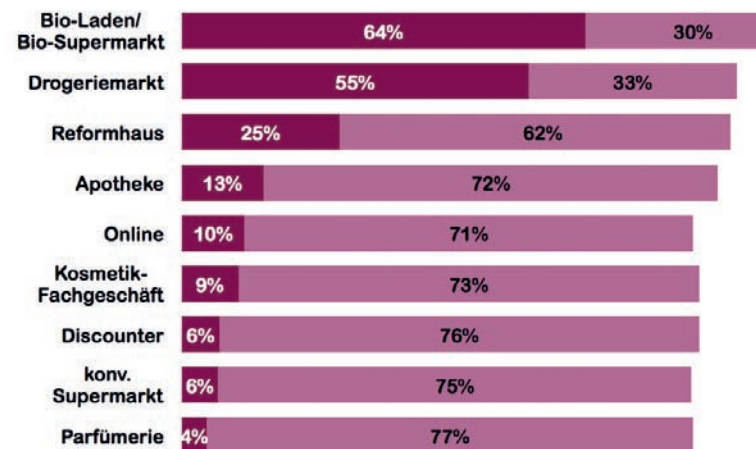
Für cosmia-Leserinnen ist die wichtigste Einkaufsstätte für Naturkosmetik der Bio-Laden oder der Bio-Supermarkt: 64% geben an, dort monatlich oder sogar wöchentlich Naturkosmetik zu kaufen. Allerdings dicht gefolgt vom Drogeriemarkt (55%).

Aus der Schrot&Korn-Leserbefragung wissen wir, dass für 81% der Leser die Bio-Läden und Bio-Supermärkte für den Kauf ihrer Lebensmittel immer noch unangefochten die Nummer 1 sind. Damit liegt der Schluss nahe, dass die Bindung an Schrot&Korn sich auch positiv auf cosmia - und damit den Kauf von Naturkosmetik - auswirkt.

Dass Online-Shopping im Aufwind ist, scheint für Naturkosmetik jedoch (noch) nicht zu gelten: Nur 10% geben an, regelmäßig im Internet Kosmetik zu bestellen.

■ wöchentlich/monatlich
■ selten/nie

In welchen Einkaufsstätten kaufen Sie Naturkosmetik?

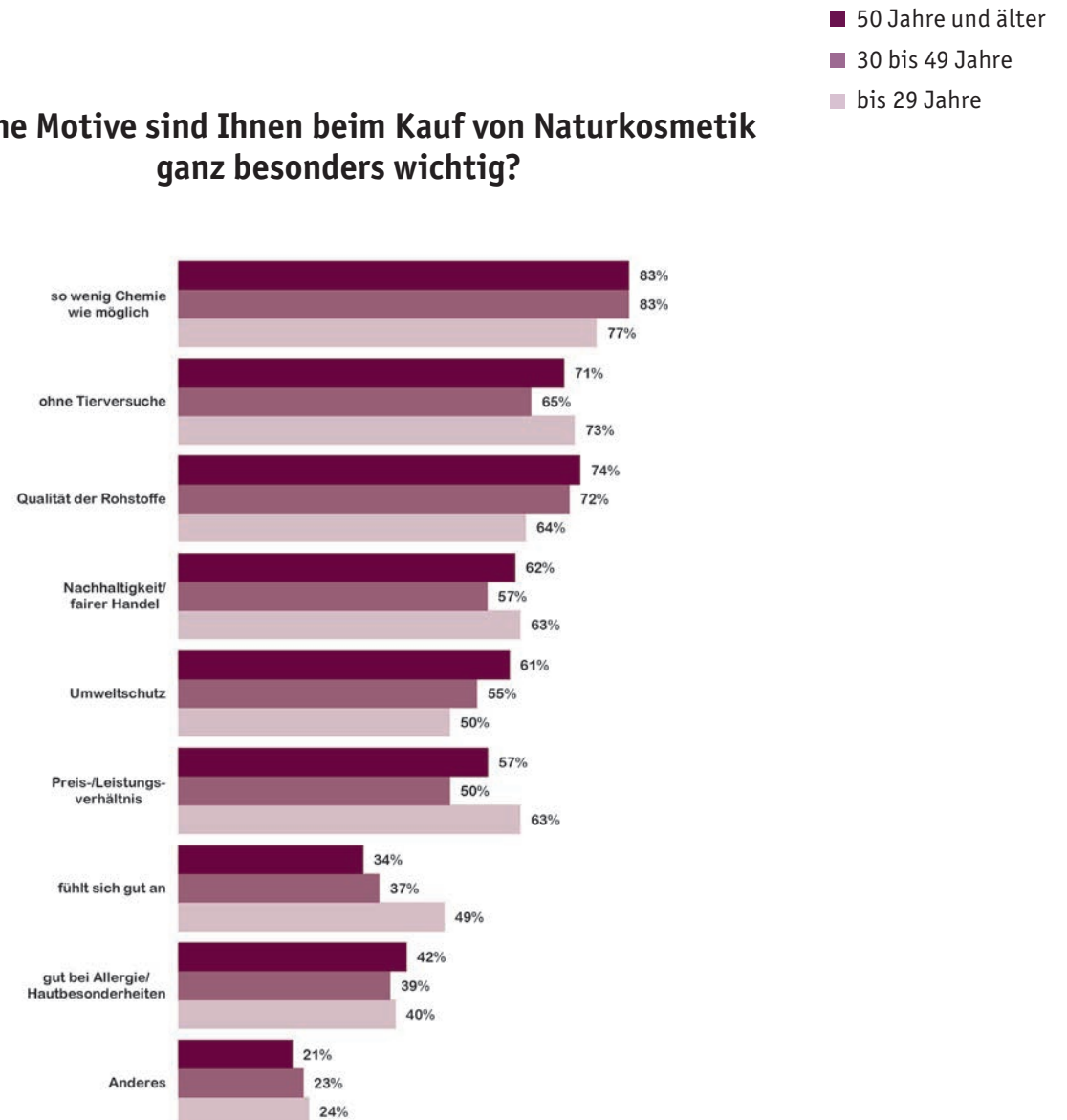


Kaufverhalten

Befragt nach den Motiven für ihren Kauf von Naturkosmetik ist ihnen besonders wichtig, dass sie so wenig Chemie wie möglich enthält und ohne Tierversuche hergestellt wird.

Hohe Qualität und gute Verträglichkeit spielen neben Nachhaltigkeit und Umweltschutz eine große Rolle.

Welche Motive sind Ihnen beim Kauf von Naturkosmetik ganz besonders wichtig?



Quelle: cosmia-Leserbefragung 2018

■ cosmia-Leser

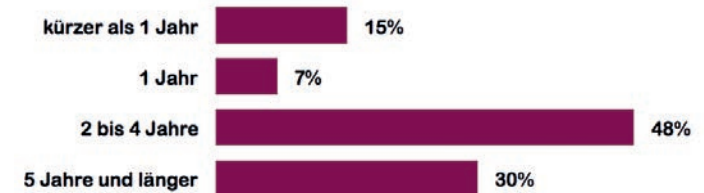
Neue Leser – Treue Leser

cosmia hat sowohl einen Stamm von langjährigen (78%) als auch neu hinzugekommene Leserinnen: Fast ein Viertel lesen cosmia seit einem Jahr oder kürzer.

Wie sehr die Leserinnen sie schätzen, zeigt sich auch daran, dass

- 79% cosmia immer mitnehmen
- 91% sagen: „cosmia ist etwas für mich“
- 83% finden, dass cosmia hilfreich bei der Produktauswahl ist

Seit wann lesen Sie cosmia?



■ cosmia-Leser

Werbung ist willkommene Information

Wie aus zurückliegenden Befragungen von cosmia- und auch von Schrot&Korn-Lesern bekannt ist, haben diese - trotz grundsätzlich konsum- und werbekritischer Haltung - gegenüber den Anzeigen hier eine positive und unvoreingenommene Haltung im Sinne von „Verbraucherinformation“.

Die aktuelle Leserbefragung ergab, dass die Hälfte (47%) der Leserinnen durch cosmia auf ein Produkt aufmerksam wurde und dieses ausprobiert oder gekauft hat. 46% gaben an, dass sie durch cosmia interessiert waren oder sich über ein Produkt informiert haben.

Die cosmia-Leserinnen nutzen also Anzeigen, um neue Produkte für sich zu entdecken. Sind sie mit der Qualität zufrieden, werden sie zu regelmäßigen Käufern. In der Fülle neuer Entwicklungen und Produktplatzierungen werden Anzeigen als nützliche Informationsquelle gesehen.

Durch cosmia auf ein Produkt neugierig geworden

