

## Wo Werbung Singles trifft – Umfrage der Kontaktbörse bildkontakte.de verschafft Überblick

**Leichlingen, 5. August 2008. Bei Online-Flirtern steht sie erstaunlich hoch im Kurs: die Zeitung. Doch das Internet hat ihr längst den Rang abgelaufen. Auch die Fernseh-Vorlieben der Singles sind überraschend. Dies hat eine aktuelle Umfrage unter den über eine Million Mitgliedern der Kontaktbörse bildkontakte.de ([www.bildkontakte.de](http://www.bildkontakte.de)) ergeben.**

69 Prozent der Singles lesen regelmäßig eine Zeitung, davon 50,4 Prozent eine Lokalzeitung. Die Frage nach dem wichtigsten Fernsehsender ist eindeutig beantwortet: Es führt RTL. 74,3 Prozent der Singlefrauen und 57,4 Prozent der Singlemänner schalten hier regelmäßig ein. Die weiteren wichtigsten Sender sind Pro Sieben (bei beiden Geschlechtern 66,6) und Sat.1 (Frauen: 63,3, Männer: 53,6). ARD und ZDF liegen bei 37,6 und 24,6 Prozent. Eine Fernsehzeitung lesen insgesamt 43,7 Prozent, die sich allerdings auf vier Medien verteilen. Vorn liegt TV Movie mit 17,6 Prozent, gefolgt von TV Spielfilm mit 16,3 Prozent. Wie sich Singles informieren, war gefragt. „So können wir uns noch besser in unsere Zielgruppe hineindenken“, so Christian Kirschey, Geschäftsführer von bildkontakte.de.

Wenig überraschend ist die Netznutzung: 82,6 Prozent der Singlemänner und 76,9 Prozent der Singlefrauen ziehen ihre News aus dem Internet. 70,3 informieren sich vorwiegend übers Fernsehen (Frauen: 79,1 Prozent), Radio hören 56,1 Prozent der Männer und 63,7 Prozent der Frauen.

### Für Fragen stehen Ihnen zur Verfügung:

Bildkontakte.de  
Sylvia Ostmann  
Tel.: 02175-169 89 20  
[s.ostmann@bildkontakte.de](mailto:s.ostmann@bildkontakte.de)  
<http://www.bildkontakte.de>

### PR-Agentur:

Kommunikationsagentur Schrader  
prdienst.de  
Anja Floetenmeyer  
Tel.: 0511/923 999 - 25  
[floetenmeyer@prdienst.de](mailto:floetenmeyer@prdienst.de)

Ausführliche Informationen über  
Bildkontakte.de unter:

<http://www.bildkontakte.de/presse>

# Fortsetzung Pressemitteilung

## **Weibliche Lesegewohnheiten**

Bei Frauen liegen diese Zeitschriften vorn: Bild der Frau lesen 31,2 Prozent der weiblichen Singles, Freundin 22,9 Prozent, Glamour erreicht 16,6 Prozent und das Flaggschiff Brigitte 13,7 Prozent. Wissenswert: Über sieben Prozent der weiblichen Singles lesen ab und zu Men's Health und Playboy. Für Klatschgeschichten interessiert sich die Singlefrau weniger, lediglich Gala (19,8 Prozent) und Intouch (16,3 Prozent) kommen auf interessante Lesequoten.

## **Wo männliche Singles sich schlau machen**

82,5 Prozent der Männer gaben an, sich nicht für Promi-Zeitschriften zu interessieren. Wer Singlemänner mit Zeitschriften erreichen möchte, schaltet seine Anzeigen am besten in der FHM: 18,6 Prozent lesen diese. Mit Men's Health erreicht man noch 17,2 Prozent und mit dem Playboy immerhin 14,8 Prozent. 25 Prozent aller Singles lesen keine Zeitschriften.

Die komplette Auswertung der Umfrage mit vielen weiteren Titeln und Medien steht auf [www.bildkontakte.de/presse](http://www.bildkontakte.de/presse) bereit. An der Umfrage von bildkontakte.de haben rund 10.000 Frauen und Männer teilgenommen.

## **Über <http://www.bildkontakte.de>**

Bildkontakte.de gehört zu den Top 5 der deutschen Kontaktbörsen. Über 1,3 Millionen Singles haben sich für diese Singlebörse entschieden, täglich kommen rund 2.000 neue hinzu, bis zu 10.000 sind gleichzeitig online. Jedes Singleprofil ist bebildert; eine manuelle Prüfung aller Profile gehört zum Service. Alle wichtigen Kontaktfunktionen für Frauen und Männer sind dauerhaft gratis. Target-Marketing nach individuellen Kriterien ist bei bildkontakte.de schon seit Jahren möglich.