

brandeins

Ernährung



**Hier
wird Zukunft
gemacht.**

Mit über 25 hat man schon ein bisschen was gelernt und bereitet sich auf die Zukunft vor. So geht es auch brand eins: Wir fühlen uns gerüstet für neue Herausforderungen, neue Fragen, neue Antworten – gern gemeinsam mit Ihnen.

Foto: André Hemstedt & Tine Reimer



Gabriele Fischer,
Chefredakteurin

brand eins in Zahlen

Alter der Kernleserschaft, in Zahlen	30-64
Frauenanteil an der Leserschaft, in Prozent	27
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen, in Euro	5.280
Anteil der Leserschaft mit abgeschlossenem Abitur oder Studium, in Prozent	83

AWA 2026

Auflage*

Druckauflage	70.534
Verbreitete Auflage	53.897
Verkaufte Auflage	52.811
Abonnements	20.150

*IVW, Ø 2025

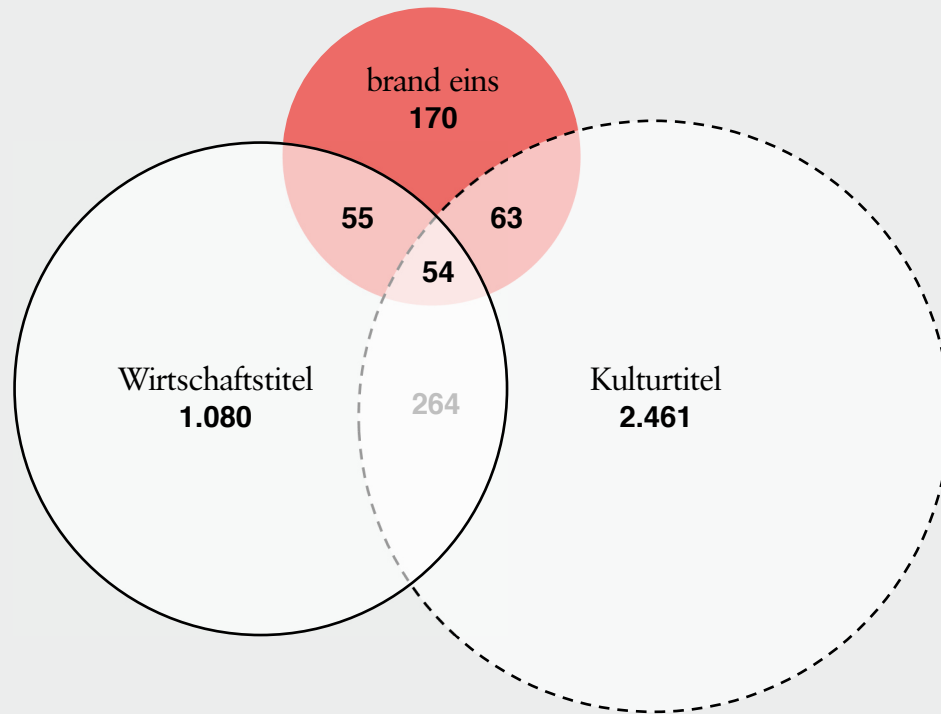
Follower Social Media**

in	> 290.500
@	> 157.000
f	> 166.000
x	> 166.000

**Stand Juni 2026

Leserschaften und deren Überschneidungen

Angaben in Tausend (LpA)

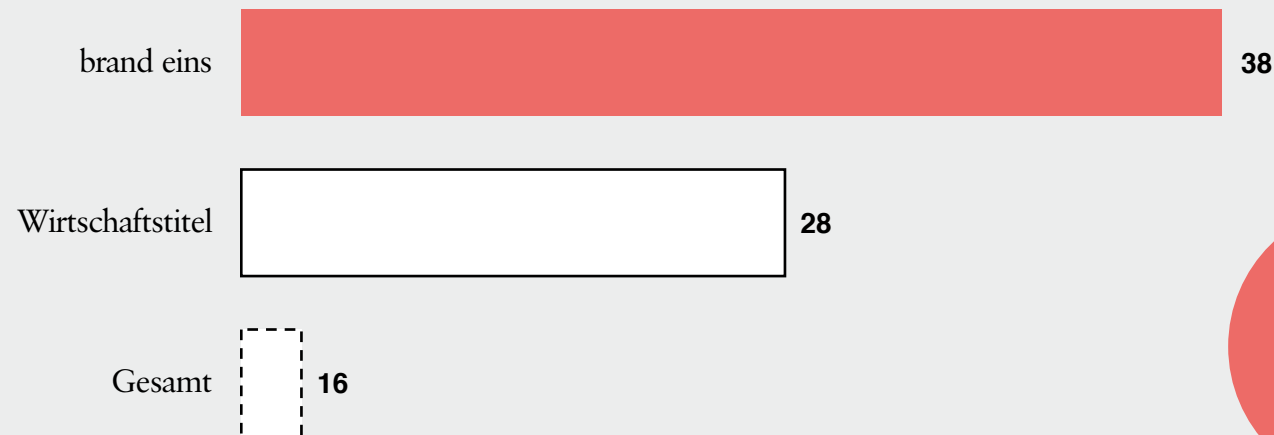


Einmalig

brandeins Leserinnen und Leser sind nicht leicht zu haben. Die exklusive Positionierung wird beim Blick auf die Leserschaftsüberschneidungen sehr deutlich. Selbst im weiten Wettbewerbsumfeld der Wirtschafts- und Kulturtitel wird ein großer Teil der Leserschaft ausschließlich von brandeins erreicht.

Personen, die beim Einkauf auf soziale und ökologische Verantwortung der Firmen achten

Angaben in Prozent



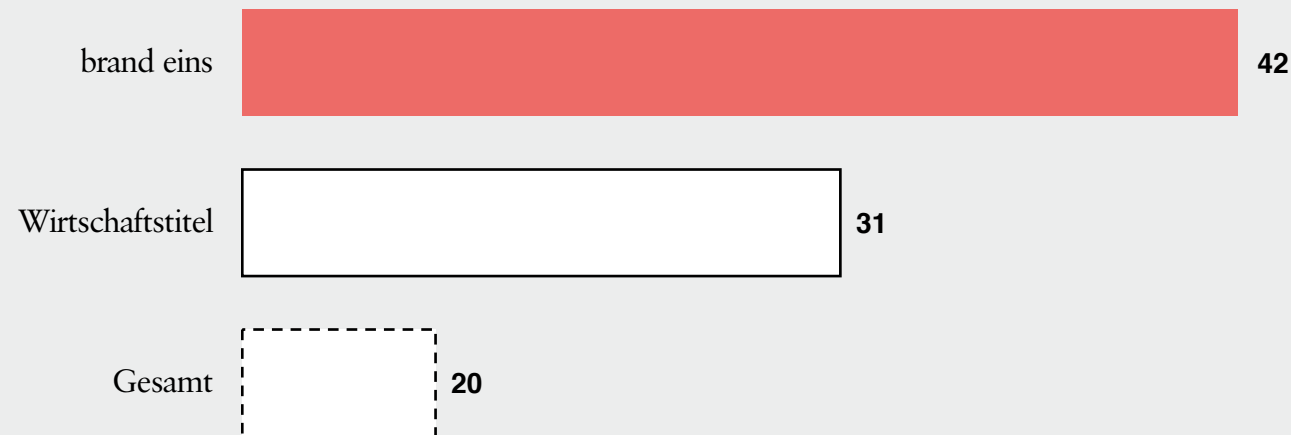
Index **231**

Gewissenhaft

brand eins Leserinnen und Leser konsumieren nicht kopflos: Im Vergleich zur Grundgesamtheit hat brand eins die größte Leserschaft, die beim Einkauf darauf achtet, dass sich die Produzenten sozial und ökologisch korrekt verhalten.

Kauf von Fair Trade-Produkten

Angaben in Prozent

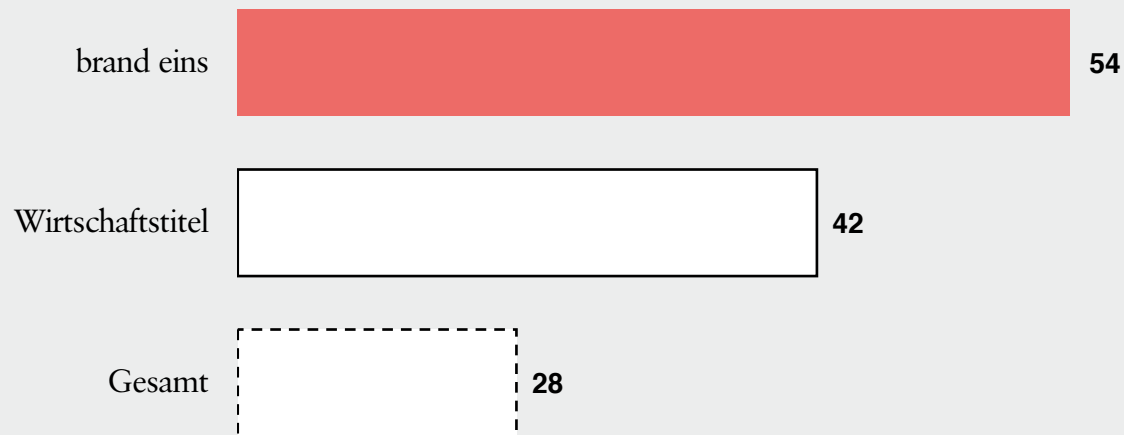


Fairness

brand eins Leserinnen und Lesern ist es wichtig, zu wissen, woher ihre Produkte kommen. Daher achten gut 48 Prozent von ihnen auf Fair Trade-Produkte. Sie denken mit und handeln nachhaltig.

Ich lege Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte

Angaben in Prozent



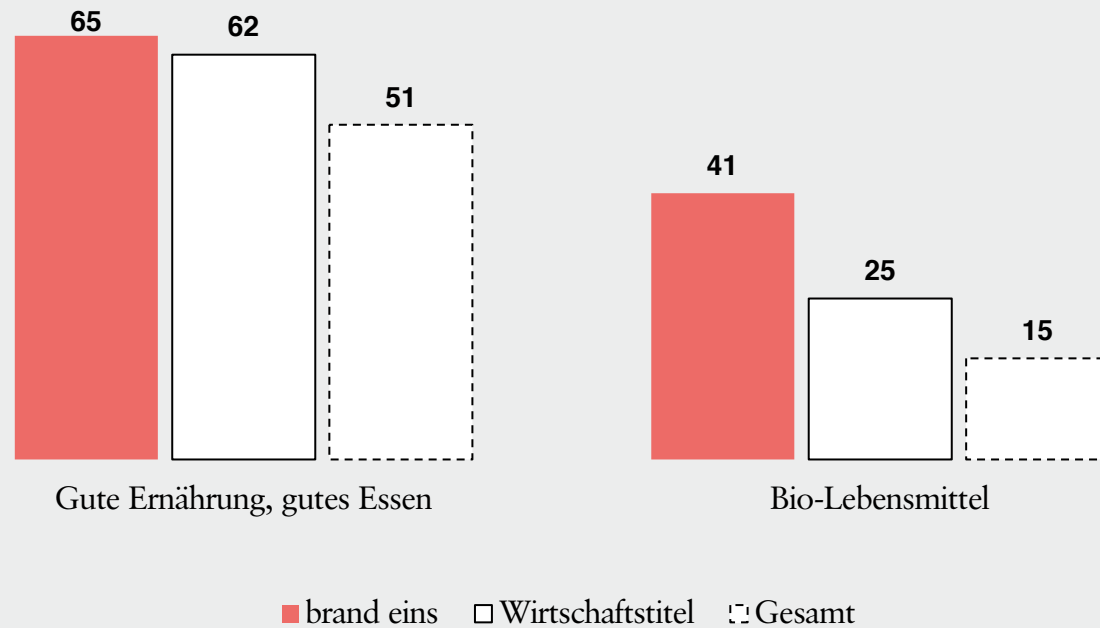
Ökologisch

Hauptsache frisch und ökologisch angebaut.

Mehr als die Hälfte der brand eins Leserschaft legt Wert auf Produkte aus ökologisch kontrolliertem Anbau. Damit übertreffen sie sowohl die Leser anderer Wirtschaftstitel als auch die Grundgesamtheit bei Weitem.

Hohe Ausgabebereitschaft

Angaben in Prozent



Gesund

Rund zwei Drittel der brand eins Leserinnen und Leser ist eine gute Ernährung wichtig und dafür geben sie auch gerne viel Geld aus. Das merkt man auch an ihrer Ausgabebereitschaft für Bio-Lebensmittel, die deutlich höher ist als im Vergleich zum Wettbewerbsumfeld oder zur Gesamtbevölkerung.

Getränkekonsum

Indexdarstellung der Leserschaft

	brand eins	Wirtschaftstitel
Champagner	396	356
Cognac, Weinbrand, Brandy	386	325
Gin	356	216
Aperitif	241	194
Rum	225	188
Alkoholfreies Bier	194	192
Whisky	191	210
Weißwein, Rosé	184	169
Rotwein	183	182
Weizenbier, Weißbier	170	220
Milchmixgetränke, Joghurtgetränke	166	115
Obstbrände wie Himbeergeist, Kirschwasser, Slibowitz	159	170
Bittergetränke, Bitterlimonaden	152	134
Proteindrinks	143	113
Sportlergetränke, isotonische Getränke	140	142

Genießer

Die brand eins Leserschaft zeigt sich als wahre Genießer, wenn es um edle Getränke geht. Champagner, Cognac, Gin oder Weine sind Getränke, die von der brand eins Leserschaft wesentlich häufiger gekauft und konsumiert werden, als von den Lesern der Titel im Konkurrenzumfeld der Wirtschafts magazine. Ein klares Zeichen für den ausgeprägten Geschmack und die Wertschätzung hochwertiger Spirituosen.

brandeins

Wir sollten reden.



Norbert Böddecker

Mediaberatung (im Auftrag)

040 / 32 33 16 51

norbert_boeddecker@brandeins.de



Christina Fichtinger

Mediaberatung (im Auftrag)

040 / 32 33 16 43

christina_fichtinger@brandeins.de



Stefanie Giese

Mediaberatung

040 / 32 33 16 -83

stefanie_giese@brandeins.de



Helene Windolph

Disposition

040 / 32 33 16 88

helene_windolph@brandeins.de

brandeins

Verlagsangaben

Verlag	brandeins Medien AG Shanghaiallee 9, 20457 Hamburg, verlag@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–70, Fax 040/32 33 16–80
Verantwortlich für Anzeigen	Jan van Münster jan_vanmuenster@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–73
Anzeigenberatung	Norbert Böddecker (<i>im Auftrag</i>) norbert_boeddecker@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–51 Christina Fichtinger (<i>im Auftrag</i>) christina_fichtinger@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–43 Stefanie Giese stefanie_giese@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–83
Anzeigen-Disposition	Helene Windolph helene_windolph@brandeins.de Telefon 040/32 33 16–88

Internet	www.brandeins.de
Bankverbindung	GLS Gemeinschaftsbank e.G., Bochum IBAN: DE04 4306 0967 2009 9845 00 BIC: GENODEM1GLS
Zahlungsbedingungen	8 Tage nach Rechnungseingang mit 2% Skonto oder 30 Tage netto Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Hamburg.
AGB	Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie hier