

AWA 2009: GEO bleibt reichweitenstärkstes freiverkäufliches Monatsmagazin

GEO SAISON und GEO Special halten ihre guten Positionen im Segment der Reisemagazine / GEO EPOCHE erstmalig erhoben

Hamburg, 7. Juli 2009 – Nach den Ergebnissen der heute erschienen Allensbacher Werbeträgeranalyse (AWA) 2009 erreicht GEO pro Ausgabe 3,82 Millionen Leser in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren, das ist eine Reichweite von 5,9 Prozent. Im Wissenssegment liegt GEO damit deutlich vor P.M. (1,39 Mio), National Geographic Deutschland (1,27 Mio), Welt der Wunder (1,12 Mio), Zeit Wissen (0,69 Mio), Bild der Wissenschaft (0,52 Mio), Spektrum der Wissenschaft (0,38 Mio) und Natur und Kosmos (0,19 Mio). GEO ist damit nicht nur klarer Marktführer im Wissenssegment sondern verfügt auch über die größte Reichweite aller in der AWA erhobenen freiverkäuflichen Monatsmagazine.

Im Segment der *multithematischen* Reisezeitschriften behauptet sich GEO SAISON mit einer Reichweite von 1,1 Prozent (0,73 Mio) vor seinem Hauptwettbewerber Abenteuer und Reisen mit 0,6 Prozent Reichweite (0,42 Mio). Bei den *monothematischen* Reisemagazinen weist GEO Special eine Reichweite von 2,3 Prozent (1,47 Mio) aus und liegt damit vor Hauptwettbewerber Merian (1,2 Prozent; 0,76 Mio).

GEO EPOCHE wird in der aktuellen AWA erstmalig erhoben und steigt mit 840.000 Lesern (1,3 Prozent Reichweite) auf relativ hohem Niveau ein.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan
GEO Marktkommunikation
20444 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 21 57
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 83
E-Mail pelikan.maike@geo.de
Internet www.geo.de