

## **Mit 3,11 Millionen Lesern festigt GEO seine Position als meistgelesenes freiverkäufliches Monatsmagazin Deutschlands**

***GEO SAISON behauptet sich mit einer Reichweite von 760.000 Lesern weiterhin als Marktführer unter den Reisemagazinen***

Hamburg, 20. Juli 2005 – Nach den heute veröffentlichten Ergebnissen der MA 2005 Pressemedien II bleibt GEO das meistgelesene freiverkäufliche Monatsmagazin in Deutschland. Pro Monat weist GEO 3,11 Millionen Leser auf, das entspricht einer Gesamtreichweite von 4,8 Prozent in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren. Damit erzielt GEO exakt das selbe Ergebnis wie in der vorherigen MA I/2005.

In der Leserschaftsstruktur konnte sich GEO verbessern. Besonders hervorzuheben ist die deutliche Reichweiten-Steigerung bei den jungen Lesern im Alter von 14-19 Jahren von 4,6 auf nun 5,0 Prozent. Und auch der Anteil der GEO-Leser mit (Fach-) Abitur oder Studium steigt von insgesamt 38,5 auf 41,0 Prozent im Vergleich zur MA I/2005.

Im Segment der Reisemagazine verbucht GEO SAISON eine hauchdünne Steigerung und bleibt mit 760.000 Lesern und einer Reichweite von 1,2 Prozent Marktführer im Segment der Reisezeitschriften vor Wettbewerber Merian (650.000 Leser bzw. 1,0 Prozent).

„Für uns sind die neuen Leserschaftsdaten eine schöne Bestätigung für den Erfolg der Qualitätsstrategie von GEO“, so Dr. Gerd Brüne, Verlagsleiter der GEO-Gruppe. „Für die werbungtreibende Wirtschaft bieten GEO und GEO SAISON als Marktführer in ihren jeweiligen Marktsegmenten eine hohe Investitionssicherheit.“

Für Rückfragen:

Maike Pelikan  
GEO Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
20444 Hamburg  
Tel: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683  
E-Mail: pelikan.maike@geo.de  
GEO im Internet: www.GEO.de