

GEO-Titel behaupten sich als Reichweiten-Marktführer in ihren Segmenten

Hamburg, 25. Januar 2006 – Das Wissensmagazin GEO und der Reisetitel GEO SAISON sind die klaren Reichweiten-Sieger in ihren Segmenten. Das zeigt die heute veröffentlichte Medienanalyse MA Pressemedien I/06, wonach GEO auf eine Reichweite von 4,6 Prozent in der Bevölkerung ab 14 Jahren kommt; das entspricht rund drei Millionen Lesern (2,99 Mio) pro Ausgabe. Damit kann GEO erneut seine Führungsposition behaupten und mehr Leser für sich begeistern, als alle anderen in der MA ausgewiesenen Wissensmagazine zusammen.

Auch GEO SAISON konnte sich erneut als die Nummer 1 unter den Reisetiteln qualifizieren und seine Marktposition zudem leicht ausbauen. Die Reichweite von GEO SAISON beläuft sich nach den neuen MA-Daten auf jetzt 1,3 Prozent, der Titel erreicht somit 860.000 Leser pro Ausgabe. GEO SAISON verbucht damit rund 260.000 Leser mehr als sein direkter Wettbewerber MERIAN.

GEO-Verlagsleiter Gerd Brüne: „Die GEO-Titel halten in ihren Märkten unangefochten die Spitzenplätze inne, was deutlich macht, dass höchste Qualitätsansprüche an die redaktionellen Inhalte auch durch attraktive Reichweiten belohnt werden. GEO und GEO SAISON zeichnen sich zudem durch eine Qualität ihrer Leserschaften aus, die in so anderweitig selten zu finden ist. Diese Kombination aus Leserschaftsquantität und -qualität garantiert den Werbungtreibenden Investitionssicherheit.“

Für Rückfragen:

Frank Plümer
Leiter GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit
Tel: 040/3703-3046, Fax: 040/3703-5683
E-Mail: presse@geo.de