

AWA 2006: GEO erneut reichweitenstärkstes freiverkäufliches Monatsmagazin

GEO Special und GEO SAISON halten souverän ihre gute Position im Segment der Reisemagazine

Hamburg, 13. Juli 2006 – Die GEO-Familie festigt in diesem Jahr erneut ihre hervorragenden Reichweitenpositionen: Nach den Ergebnissen der heute erschienenen Allensbacher Werbeträgeranalyse (AWA) 2006 erreicht GEO pro Ausgabe 4,34 Millionen Leser und erzielt so eine Reichweite von 6,7 Prozent in der Gesamtbevölkerung. Damit hält GEO seine Spitzenposition als reichweitenstärkster freiverkäuflicher Monatstitel.

Im Segment der so genannten "Wissensmagazine" ist GEO klarer Marktführer und weist mehr Leser auf als die Wettbewerber (P.M., National Geographic Deutschland, Bild der Wissenschaft und Spektrum der Wissenschaft) **zusammen**.

Auch die Reise-Titel der GEO-Familie schneiden exzellent ab: Im Segment der multithematischen Reisezeitschriften liegt GEO SAISON mit 1,04 Millionen Lesern deutlich vor Abenteuer & Reisen (0,48 Millionen). Bei den monothematischen Reisemagazinen verzeichnet GEO Special mit 2,07 Millionen ebenfalls mehr als doppelt so viele Leser wie Konkurrent Merian (0,94 Millionen).

Zudem zeigt sich in diesem Jahr abermals die hohe Attraktivität der Kombination „GEO First Class Package“ (GEO, GEO SAISON, GEO Special). Anzeigenkunden, die diese Kombination buchen, erreichen netto - also ohne Überschneidungen - 6,08 Millionen Leser. Das sind mehr Leser als bei Focus (5,06 Millionen) und beim Spiegel (6,04). Das "Travel Package" (GEO SAISON, GEO Special) erreicht insgesamt 2,76 Millionen reiseaffine Leser.

Erstmals können auch die erwachsenen Mitleser von GEOlino in der AWA gezählt werden. Mit einer Reichweite von 1,2% (810.000 Lesern) platziert sich der jüngste GEO-Spross noch vor Eltern family (0,50 Mio.) und Familie & Co (0,63 Millionen).

GEO-Anzeigenleiterin Anke Wiegel: "Wir freuen uns sehr über die hohen Reichweiten der GEO-Familie in der AWA 2006. Der GEO-Reichweitzuwachs in der gehobenen Zielgruppe zeigt zudem, dass wir als Basismedium der Wissensgesellschaft mit dem hohen redaktionellen Qualitätsstandard weiterhin auf dem richtigen Weg sind und den Geschmack einer anspruchsvollen Leserschaft treffen."

Für Rückfragen:

Maike Pelikan

GEO Marktkommunikation

Tel.: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683

E-Mail: pelikan.maike@geo.de, GEO im Internet: www.GEO.de