

## **GEO ist mit 3,25 Millionen Lesern nach wie vor das größte freiverkäufliche Monatsmagazin Deutschlands**

### ***GEO SAISON behauptet seine Marktführerschaft unter den Reisemagazinen***

Hamburg, 25. Juli 2007 – In der heute veröffentlichten Media-Analyse (ma 2007/II) weist GEO 3,25 Millionen Leser aus, das entspricht einer Gesamtreichweite von 5 Prozent in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren. Damit erzielt GEO nahezu das gleiche Ergebnis wie in der vorherigen ma 2007/I (3,24 Millionen) und bleibt in stabiler Lage das größte freiverkäufliche Monatsmagazin aller ma-Zeitschriften.

Erfreulich fällt auch das ma-Ergebnis für das Reisemagazin GEO SAISON aus: Mit 860.000 Lesern oder 1,3 Prozent Reichweite in der Gesamtbevölkerung bleiben die Leistungsdaten des Magazins konstant; es ist sogar ein leichtes Plus von rund 50.000 Lesern zu verzeichnen. GEO SAISON behauptet sich damit weiter als meistgelesenes Reisemagazin Deutschlands vor seinem Wettbewerber Merian (0,69 Millionen Leser / 1,1 Prozent).

Im oberen Zehntel der Bevölkerung nach Bildung, Beruf und Kaufkraft (Status 1) verbessern sich beide GEO-Titel deutlich. Die Reichweite von GEO steigt hier von 12,1 Prozent auf 12,9 Prozent, und GEO SAISON erhöht seine Reichweite von 3,5 Prozent auf 3,9 Prozent.

Dr. Gerd Brüne, Verlagsleiter der GEO-Gruppe: „Die beiden GEO-Titel halten in ihren jeweiligen Märkten unangefochten die Spitzenplätze, was deutlich macht, dass höchste Qualitätsansprüche an die redaktionellen Inhalte auch durch attraktive Reichweiten belohnt werden. Für die werbungstreibende Wirtschaft bieten GEO und GEO SAISON als Marktführer in ihren jeweiligen Marktsegmenten eine hohe Investitionssicherheit.“

Für Rückfragen:

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