

AWA 2007: GEO erzielt Reichweitzuwachs

GEO steigert seine Reichweite um 110.000 Leser / GEO bleibt erneut reichweitzuweitest freiverkufliches Monatsmagazin

Hamburg, 10. Juli 2007 – Nach den Ergebnissen der Allensbacher Werbetrageranalyse (AWA) 2007 kann GEO mit einer Reichweite von 6,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 110.000 Leser dazu gewinnen. GEO erreicht pro Ausgabe 4,45 Millionen Leser in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Im Vorjahr waren es 4,34 Millionen Leser bei einer Reichweite von 6,7 Prozent. Während die Mannerreichweite konstant bei 7,2 Prozent bleibt, steigt die Reichweite bei den Frauen von 6,2 Prozent auf 6,6 Prozent. GEO hält seine Spitzenposition als reichweitzuweitester freiverkuflicher Monatstitel. Im Ranking aller in der AWA erhobenen freiverkuflichen Zeitschriftentitel liegt GEO damit auf dem 7. Platz.

In den Zielgruppen mit hohem gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status (Status 1 und 2) liegt GEO mit einer Reichweite von 13 Prozent fast gleichauf mit Focus (13,1 Prozent). Bezogen auf das Segment der sogenannten „Wissensmagazine“ ist GEO weiterhin deutlicher Marktführer und weist mehr Leser auf als die Wettbewerber (P.M., National Geographic, Bild der Wissenschaft und Spektrum der Wissenschaft) **zusammen**.

Auch die anderen in der AWA erhobenen Titel der GEO-Familie belegen weiterhin gute Positionen: Im Segment der Reisezeitschriften behaupten sich GEO SAISON mit einer Reichweite von 1,4 Prozent (0,91 Millionen) und GEO Special mit 2,8 Prozent (1,8 Millionen Leser). Die Reichweite von GEOlino liegt bei 1,1 Prozent, das sind 730.000 Leser pro Ausgabe.

Die Kombinationsangebote der GEO-Gruppe für Anzeigenkunden bleiben sehr attraktiv: Das GEO First Class Package (GEO plus GEO SAISON plus GEO Special) hat eine konstante Reichweite von 9,4 Prozent. Das entspricht 6,07 Millionen Lesern. Das sind mehr Leser als bei Focus (4,87 Millionen) und beim Spiegel (5,86 Millionen). Das GEO Travel Package erzielt eine Reichweite von 3,8 Prozent; das sind 2,48 Millionen Leser.

Dr. Gerd Brune, Verlagsleiter der GEO-Gruppe: „Wir freuen uns über den Reichweitzuwachs, der die journalistische Leistung und die Qualität von GEO ebenso bestätigt wie seine herausragende Stellung als Basismedium der Wissensgesellschaft.“

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