

AWA First Class 2003: GEO bleibt reichweitenstärkstes Monatsmagazin

Hoher Qualitätsanspruch der GEO-Familie spiegelt sich deutlich in der Zusammensetzung ihrer Leserschaft wider

Hamburg, 16. September 2003 – Die GEO-Familie setzt ihren Erfolgskurs fort: Nach den Ergebnissen der AWA First Class 2003 ist das grüne GEO reichweitenstärkstes Monatsmagazin in gehobenen Zielgruppen. GEO erreicht hier 1,11 Millionen Leser und kann damit seine Reichweite gegenüber dem Vorjahr von 16,7 auf 17,2 Prozent steigern. Im Segment der Wissensmagazine belegt GEO damit wie schon im Vorjahr Platz eins und baut seine Führungsposition weiter aus. In der männlichen Leserschaft steigert GEO seine Reichweite sogar um einen Prozentpunkt und gewinnt 40.000 Leser hinzu. Damit erzielt GEO in dieser Zielgruppe eine Reichweite von 17,6 Prozent.

Auf weiterhin hohem Niveau bewegen sich auch die beiden Reisemagazine GEO Special und GEO Saison. GEO Special steigert seine Reichweite in der Premium-Zielgruppe um 10.000 Leser auf insgesamt 670.000 Leser und weist somit eine Reichweite von 10,4 Prozent aus. GEO Saison erreicht mit 310.000 Lesern 4,8 Prozent der gehobenen Zielgruppe. Somit stehen GEO Special und GEO Saison wie schon in den vergangenen Jahren an der Spitze im Segment der Reisezeitschriften.

Das GEO First Class Package, das die Titel GEO, GEO Saison und GEO Special einschließt, wächst in seiner Reichweite in den gehobenen Zielgruppen um 50.000 Leser. Diese Kombination verbessert sich um 0,6 Prozentpunkte auf insgesamt 25,1 Prozent. Das GEO Travel Package mit den Titeln GEO Saison und GEO Special steigert sich um 20.000 Leser und erzielt damit eine Reichweite von 13,2 Prozent.

GEO-Anzeigenleiterin Anke Wiegel: "Die besondere redaktionelle Qualität der GEO-Zeitschriften spiegelt sich in der Qualität der Leserschaft wider. So überrascht es nicht, dass GEO in der gehobenen Zielgruppe mit über 1,1 Million Lesern im Ranking gleich hinter Spiegel, Stern und Focus steht. Im GEO First Class Package erreichen die GEO-Zeitschriften nun nahezu dieselbe Reichweite wie der Spiegel (25,5 Prozent), was die Attraktivität dieser Kombination noch einmal verdeutlicht."

Für Rückfragen:

Isabelle Haesler
GEO Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
20444 Hamburg
Tel. 040/3703-3706, Fax 040/3703-5741
E-Mail: presse@geo.de