

GEO gewinnt an Reichweite und ist mit 2,81 Millionen Lesern das meistgelesene Monatsmagazin Deutschlands

GEO SAISON verbucht konstante Leserzahlen und behauptet sich als reichweitenstärkstes Reisemagazin

Hamburg, 21. Januar 2004 – Das Reportagemagazin GEO hat nach der heute veröffentlichten Reichweitenstudie MA 2004 Pressemedien I rund 130.000 neue Leser gewonnen und ist damit erneut das reichweitenstärkste freiverkäufliche Monatsmagazin in der Bundesrepublik. Nach den neuen Daten kommt GEO nun auf insgesamt 2,81 Millionen Leser pro Ausgabe, das entspricht einer Gesamtreichweite von 4,4 Prozent in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren (MA 2003 Pressemedien II: 2,68 Millionen Leser bzw. 4,2 Prozent Reichweite). Besonders erfreulich ist dabei, dass sich der Anteil der jungen Leser im Alter zwischen 14 und 29 Jahren deutlich von 4,3 auf nun 5,0 Prozent erhöht hat. Auch bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 Euro und mehr legt GEO von 7,0 auf 7,5 Prozent klar zu. Insgesamt beträgt der Anteil dieser Gruppe an der GEO-Leserschaft nun 47 Prozent.

Erfreulich fällt auch das MA-Ergebnis für das Reisemagazin GEO SAISON aus: Mit exakt 500.000 Lesern oder 0,8 Prozent Reichweite in der Gesamtbevölkerung bleiben die Leistungsdaten des Magazins konstant. GEO SAISON behauptet sich damit weiter als meistgelesenes Reisemagazin der Bundesrepublik vor seinem Wettbewerber Merian (0,46 Millionen Leser / 0,7 Prozent).

„GEO und GEO SAISON haben auch in Zeiten, da die Parole „Geiz ist geil“ die Runde machte, konsequent auf hohe redaktionelle Qualität zu adäquaten Preisen gesetzt“, sagt GEO-Verlagsleiter Gerd Brüne. „Die Richtigkeit dieses Ansatzes hat die MA eindrucksvoll bestätigt: Die beiden GEO-Titel sind weiterhin feste und verlässliche Größen in Media-Plänen und bieten der Werbewirtschaft Investitionssicherheit“.

Für Rückfragen:

Frank Plümer
Leitung GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit
20444 Hamburg
Tel: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683
E-Mail: presse@geo.de