

GEO ist mit 3,11 Millionen Lesern nach wie vor das meistgelesene Monatsmagazin Deutschlands

GEO SAISON behauptet seine Marktführerschaft unter den Reisemagazinen

Hamburg, 21. Juli 2004 – Das Reportagemagazin GEO ist mit 3,11 Millionen Lesern pro Ausgabe nach wie vor das meistgelesene freiverkäufliche Monatsmagazin Deutschlands. Das bestätigen die heute veröffentlichten Ergebnisse der Reichweitenstudie MA 2004 Pressemedien II. Damit erreicht GEO eine Gesamtreichweite von 4,8 Prozent in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren. Hinsichtlich der Zielgruppen kann Geo seine gute Position bestätigen: Der Anteil der Leser mit Abitur oder Studium zum Beispiel bleibt konstant bei 39 Prozent.

GEO SAISON behauptet seine Marktführerschaft im Segment der Reisemagazine. Mit 1,0 Prozent Reichweite (670.000 Leser pro Ausgabe) liegt es auch weiterhin vor seinem Wettbewerber Merian (0,8 Prozent, 520.000 Leser).

“Die auch durch die MA erhobenen Daten zeigen auf signifikante Weise – wie bereits die vorangegangenen klaren Reichweitengewinne laut AWA 2004 – die kontinuierliche Zufriedenheit der Leser. Wir führen dies auf die hohe redaktionelle Qualität zurück, die offenbar unsere Titel im Leser- und Käufermarkt gegen das “Geiz ist geil-Virus” immunisiert. Für Media-Planer bewähren sich GEO und GEO Saison auch weiterhin als verlässliche Größen und gewährleisten Investitionssicherheit. Wir sind sehr stolz auf die im Vergleich zur Konkurrenz hervorragende Position der GEO-Titel”, sagt GEO-Verlagsleiter Dr. Gerd Brüne.

Aufgrund einer Methodenänderung des Erhebungsverfahrens der Media-Analyse MA'2004/II sind tabellarische oder textliche Reichweitenvergleiche der Ergebnisse einer einzelnen Zeitschrift mit den MA-Werten der Vergangenheit nicht zulässig.

Für Rückfragen:

Birgit Deker
GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit
Tel: 040/3703-3706, Fax: 040/3703-5741
E-Mail: presse@geo.de