

GEO steigert seine Reichweite um rund 100.000 Leser und bleibt mit 3,35 Millionen Lesern das meistgelesene freiverkäufliche Monatsmagazin Deutschlands

GEO SAISON gewinnt ca. 90.000 Leser hinzu und behauptet sich erneut als reichweitenstärkstes Reisemagazin

Hamburg, 23. Januar 2008 – Mit 3,35 Millionen Lesern, das entspricht einer Gesamtreichweite von 5,2 Prozent in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren, ist GEO in der heute veröffentlichten Media-Analyse (ma 2008/I) erneut die reichweitenstärkste freiverkäufliche Monatszeitschrift in Deutschland. Die Zahl der GEO-Leser steigt von 3,25 Millionen in der ma 2007/II auf jetzt 3,35 Millionen. Bei den jungen Lesern zwischen 14 und 29 Jahren kann GEO seine Reichweite von 4,9 Prozent auf 5,5 Prozent weiter ausbauen. Das bedeutet einen Zugewinn von ca. 80.000 Lesern.

Auch GEO SAISON konnte sich wieder als die Nummer 1 unter den Reisetiteln qualifizieren und zudem seine Marktposition ausbauen. Die Reichweite beläuft sich nach den neuen ma-Daten auf 1,5 Prozent, der Titel erreicht jetzt 950.000 Leser pro Ausgabe. GEO SAISON verbucht damit rund 90.000 Leser mehr als zuvor und 270.000 Leser mehr als sein direkter Wettbewerber MERIAN.

Das Durchschnittsalter der GEO SAISON-Leserschaft sinkt und liegt nun bei 43,7 Jahren (45,6 Jahre: ma 2007/II).

GEO-Verlagsleiter Dr. Gerd Brüne: „Die aktuellen Reichweitensteigerungen spiegeln erneut die hohe Wertschätzung wider, die unseren Titeln von den Lesern entgegen gebracht wird. GEO und GEO SAISON zeichnen sich zudem durch eine Qualität ihrer Leserschaften aus, die so anderweitig selten zu finden ist. Diese Kombination aus Leserschaftsquantität und –qualität garantiert den werbungstreibenden Investitionssicherheit.“

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