

23.01.2002 - 15:32 Uhr

MA 2002 Pressemedien I: Aktuelle Leserschaftsdaten veröffentlicht" / Gruner + Jahr stärkt seine Position deutlich

Hamburg (ots) -

Am 23. Januar 2002 sind die Reichweiten der Pressemedien I erschienen. Damit liegen für Gruner + Jahr - und natürlich auch für die Konkurrenten - aktuelle Reichweitendaten vor. (siehe Tabelle) Die Ergebnisse der MA 2002 Pressemedien I, deren Erhebungszeitraum zwischen dem 7.10.2000 und 29.9.2001 lag, bilden die Leserschaftswerte der beiden zugrunde liegenden Befragungswellen ab. Die Reichweite der meisten Titel - über alle Gattungen hinweg - erwiesen sich im Vergleich zur MA 2001II als tendenziell steigend. Die Bilanz der Titel mit Reichweitengewinnen und -verlusten zeigt eine eher angeglichene Bilanz: 58 Titel haben an Reichweite zugelegt, 47 Titel haben identische Reichweiten, und 46 Titel haben Verluste an Lesern hinnehmen müssen.

"Die G+J-Titel haben ihre Position im Konkurrenzvergleich verbessert, unsere Marktführertitel wie STERN und BRIGITTE ihre Position eindeutig bestätigt". So Michael Walter, stellv. Leiter G+J Fachbereich Anzeigen. Der STERN kann in der neuen MA seine führende Position im Feld der aktuellen Magazine deutlich ausbauen. Mit 12,1 % Reichweite (= 7,77 Mio. Leser pro Ausgabe) wurde der Abstand zu Spiegel und Focus weiter vergrößert. Sowohl bei Männern wie bei Frauen gewinnt der STERN jeweils 130.000 Leser(innen).

Bei den Programmzeitschriften hält TV TODAY mit knapp 3 Millionen Lesern seine dritte Position bei den 14täglichen Programmzeitschriften. BRIGITTE bestätigt ihre unangefochtene Marktführerschaft bei den klassischen Frauenzeitschriften mit einem Zuwachs von 130.000 Leserinnen auf jetzt 3,46 Mio.

Auch BRIGITTE YOUNG MISS bestätigt ihre führende Position im Wettbewerb um die jungen Frauen mit 1,7% Reichweite. MARIE CLAIRE steigert ihre Reichweite bei Frauen auf 1,0%.

GALA zeigt eine stabile Reichweite von 1,02 Mio. Leserinnen. FRAU IM SPIEGEL verbessert ihre Marktposition um 100.000 neue Leserinnen auf 5,4% Reichweite.

ELTERN erweist sich auch in dieser MA mit 1,19 Mio. Leserinnen wieder als eindeutiger Marktführer im Segment mit sehr hohem Abstand vor den Konkurrenten.

Bei den Wohnzeitschriften kann SCHÖNER WOHNEN seine Marktführerschaft noch weiter ausbauen und erreicht 2,02 Mio. Leser pro Ausgabe. Das gleiche gilt für ESSEN & TRINKEN im Segment der Esszeitschriften mit 1,39 Mio. Lesern.

Bei den Wissensmagazinen bleibt GEO mit 2,58 Mio. Lesern der Gattungsführer, P.M.-MAGAZIN verbessert sich und verfehlt mit 0,98 Mio. die Million nur knapp. GEO SAISON weist eine stabile Reichweite von 0,51 Mio. Lesern auf. NATIONAL GEOGRAPHIC wird zum ersten Male in der Gesamt-MA ausgewiesen und erreicht 790.000 Leser pro Ausgabe. Die Wirtschaftsmagazine zeigen marktbedingt in der Summe Reichweitenverluste. CAPITAL ist mit 2,0% Reichweite weiterhin Segmentführer.

Kontakt:

Dörthe Hasken

Gruner + Jahr

Fachbereich Anzeigen

Leitung Projektmanagement

Tel. +49/40/37'03'29'07

Fax +49/40/37'03'17'29'07

E-Mail: hasken.doerthe@guj.de

Internet: www.gujmedia.de/mediaservice

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001289/100014123> abgerufen werden.