

**Ansprechpartner**

Christian Goedecke  
Vorstand Zeitschriften  
der agma

Telefon: 040.3007-2812

[cgoedecke@spiegel-gc.de](mailto:cgoedecke@spiegel-gc.de)

Gabriele Ritter

Ressortleitung Pressemedien

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-27

[ritter@agma-mmc.de](mailto:ritter@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

## Die Reichweiten der Zeitschriften steigen leicht

- **91,5 Prozent der Menschen in Deutschland lesen Zeitschriften.**
- **Der Durchschnittsbürger nutzt mehr als acht verschiedene Titel.**

---

**Frankfurt, den 22. Januar 2014** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2014 Pressemedien I. Das wichtigste Ergebnis vorab:

**Die Zeitschriftennutzung in Deutschland nimmt leicht zu:** 91,5 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland lesen Magazine, das sind mehr als 60 Millionen Leser (genau: 64,35 Millionen). Im Vorjahr verzeichneten die Publikumszeitschriften eine Gesamtreichweite bei 91,4 Prozent (ma 2013 Pressemedien II). Auch bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14 bis 19 Jahre) ist die Nutzung seit der letzten ma (2013 Pressemedien II) stabil geblieben (geringfügige Steigerung von 89,8 auf 90,1 Prozent).

„Die stabilen Reichweiten gerade in den onlineaffinen jungen Zielgruppen zeigen, dass Zeitschriften nicht durch das Internet ersetzt werden“, betont Christian Goedecke, Vorstand Publikumszeitschriften der agma: "Zeitschriften bieten Werbungtreibenden für alle Zielgruppen Leistungswerte auf unverändert hohem Niveau“.

Auch die Anzahl der genutzten Zeitschriften spiegelt dies wider: Im Durchschnitt werden 3,3 Zeitschriften pro Erscheinungsintervall genutzt. Auch die Teenager-Zielgruppe liest in diesem Zeitraum mehr als drei verschiedene Titel. Betrachtet man den Weitesten Leserkreis der Titel (WLK), also die Nutzung der letzten zwölf Ausgaben, werden sogar durchschnittlich 8,6 unterschiedliche Magazine gelesen.

„Die Ergebnisse der neuesten ma Pressemedien zeigen, dass bei allen Altersgruppen von einem robust-stabilen Nutzungspotential ausgegangen werden kann“, erläutert Hans Georg Stolz, Vorstandsvorsitzender der agma.

In der ma-Bilanz der einzelnen Zeitschriftengattungen gewinnen die wöchentlichen Frauenzeitschriften am stärksten: Sie steigern ihre Reichweite um einen Prozentpunkt auf 28,6 Prozent. Die 14-täglichen Frauentitel kommen in der aktuellen ma auf acht Prozent Reichweite (ein Plus von 0,4 Prozentpunkten), während die monatlichen Frauenzeitschriften leichte Verluste hinnehmen müssen und von 14,2 Prozent der Bevölkerung genutzt werden.

Die Programmzeitschriften verzeichnen ein Leserwachstum von 0,5 Prozentpunkten und bleiben mit jetzt 60,8 Prozent die reichweitenstärkste Gattung in der ma. Ebenfalls ein Plus von 0,5 Prozentpunkten verbuchen die aktuellen Zeitschriften/Magazine, die auf eine Reichweite von 44,9 Prozent kommen. Die Titel der drittstärksten Gattung, der Motorpresse, werden von 28,6 Prozent der Bevölkerung genutzt, was einem leichten Minus von 0,2 Prozentpunkten entspricht.

Für die ma 2014 Pressemedien I wurde die Nutzung von insgesamt 38.437 Personen in Deutschland erhoben.

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bieten der „Methoden-Steckbrief zur ma 2014 Pressemedien I“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Interaktive Charts zur ma 2014 Pressemedien I, die Sie auf Ihrer Website einbetten können, finden Sie in einem weiteren Anhang dieser Presseaussendung.