

agma-Ansprechpartner

Julia Scheel

Vorstand Zeitschriften
der agma

Telefon: 089-9250-2547

julia.scheel@burda.com

Gabriele Ritter

Ressortleitung Pressemedien

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-27

ritter@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

Neue ma-Reichweiten: Jeder Deutsche liest im Schnitt acht verschiedene Zeitschriften

- **90 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland liest Publikumszeitschriften – die meisten nutzen eine große Bandbreite von Titeln.**
- **MediaScan: Erneut Veröffentlichung von wertvollen Messergebnissen zur Zeitschriftennutzung, die im Herbst auch in die ma Intermedia PLuS einfließen.**
- **Die aktuelle ma ist die erste, die auf der neuen amtlichen Bevölkerungsstatistik basiert. Die ma-Ergebnisse sind deshalb nicht mit denen des Vorjahres vergleichbar.**

Frankfurt, den 22. Juli 2015 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2015 Pressemedien II. Ausgewiesen werden die Reichweiten von 156 Zeitschriften, zwei Zeitungssupplements sowie die des Lesezirkels.

Einige generelle Ergebnisse vorab: **90 Prozent der über 14-Jährigen lesen Publikumszeitschriften.** Damit erreichen die 156 in der aktuellen ma ausgewiesenen Titel pro Erscheinungsintervall 62,3 Millionen Leser. Acht Titel (genau: 7,98) lesen die Menschen im Durchschnitt (Basis: WLK Weitesten Leserkreis).

„Auch junge Zielgruppen schätzen die Vielfalt am Kiosk: Schon die 14- bis 19-Jährigen nutzen im Schnitt 7,3 verschiedene Zeitschriften,“ betont Julia Scheel, Vorstand Publikumszeitschriften der agma: „Die große Bandbreite der Zeitschriften bietet interessanten Lesestoff für alle Alters- und Bildungszielgruppen.“ Die meisten Zeitschriften lesen Frauen (9,1 verschiedene Titel), die Zielgruppe 40 bis 49 Jahre (8,7) und Akademiker (8,6 Titel).

Die meistgelesene Gattung ist nach wie vor die Programmpresse – deren 18 ausgewiesene Titel eine Gesamtreichweite von 58,4 Prozent erreichen. Die 17 Aktuellen Zeitschriften und Magazine,

erreichen 43,2 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren. Die Motorpresse (zehn Titel) kommt auf 28,3 Prozent Reichweite, fast ebenso viele Menschen lesen die 32 wöchentlichen Frauenzeitschriften (27 Prozent).

Die aktuellen Reichweiten der einzelnen Publikumszeitschriften finden Sie in der beiliegenden Tabelle.

Der neue Mikrozensus und seine Folgen

Wie die ebenfalls heute erscheinenden Erhebungen der agma für Radio und Tageszeitungen, basieren auch die aktuellen Reichweiten der Publikumszeitschriften erstmals auf den Daten der neuen amtlichen Bevölkerungsstatistik. Demnach leben in Deutschland ca. 1,8 Prozent weniger Menschen (deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre) als bislang angenommen. Je nach Region oder Zielgruppe fallen die Abweichungen aber sehr unterschiedlich aus – gegen den Trend sind einige Bevölkerungsgruppen sogar größer als vermutet. **Vergleiche zu früheren Media-Analysen sind nur sehr eingeschränkt möglich, weil diese methodische Veränderung die tatsächliche Reichweitenentwicklung überlagern kann. Details dazu finden Sie in der Pressemitteilung zum Mikrozensus, die Ihnen am letzten Freitag zugeht. (<http://www.agma-mmc.de/nc/presse/pressemitteilungen.html>).**

MediaScan-Ergebnisse fließen in die ma Intermedia PLuS ein

Zum zweiten Mal beruhen die Nutzungsdaten der Publikumszeitschriften nicht mehr nur auf der CASI-Befragung sondern auch auf den Nutzungsdaten, die rund 3200 Probanden selbst – direkt beim Lesen – mittels eines Scanners über zwei Wochen dokumentiert haben. Julia Scheel: „Durch die technische Messung erhalten wir wertvolle Zusatz-Informationen zu Titel, Ausgabe, Lesezeitpunkt und Lesedauer. Wichtig für Werbungtreibende ist der Mehrfach-Heftkontakt, den wir damit aufzeigen: Hefte und damit Anzeigen können von einem Leser beliebig oft genutzt werden. Eine Schaltung hat also das Potenzial, jeden Leser mehrfach zu erreichen – ein zentraler Mehrwert von Zeitschriften!“

Der neue, zusätzliche Leistungswert KpwS (Kontakt pro werbungführende Seite) wird im Herbst erstmals auch in die ma 2015 Intermedia PLS einfließen. Die ma Intermedia PLS ermöglicht es, alle sechs Mediengattungen – Tageszeitungen, Publikumszeitschriften, Radio, Fernsehen, Plakat und Online – auf einer Basis strategisch zu planen.

Zur Erhebung der Reichweiten der Publikumszeitschriften wurden insgesamt 38.264 Personen in Deutschland befragt.

Falls Sie Fragen haben oder weitere Informationen benötigen sollten, dann melden Sie sich bitte einfach bei uns.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2015 Pressemedien II / ma 2015 Tageszeitungen detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.