

#### **Ansprechpartner**

Julia Scheel  
Vorstand Zeitschriften  
der agma  
Telefon: 089.9250-2547  
[julia.scheel@burda.com](mailto:julia.scheel@burda.com)

Gerhard Müller  
Vorstand Tageszeitungen  
der agma  
Telefon: 0151.64190070  
[gmueller-mediasales@web.de](mailto:gmueller-mediasales@web.de)

Stefan Bek  
Studienleiter ma Pressemedien  
Media-Micro-Census GmbH  
Telefon: 069.156805-26  
[bek@agma-mmc.de](mailto:bek@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft  
Media-Analyse e.V.  
Franklinstraße 52  
60486 Frankfurt am Main

[www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

#### **Weitere Informationen**

Eine Vergleichstabelle auf Basis der Bruttokontaktsummen (Leser pro Nummer (LpN) = die Gesamtzahl der ermittelten Leser einer Zeitung oder Zeitschrift) liegt dieser Aussendung bei.

## **Blitzanalyse der agma: Printmedien mit gesteigerter Nutzung in Corona-Zeiten**

**Frankfurt, 08. April 2020** – Laut Zwischenauswertung im Auftrag der Print-Gattungen der agma ist in der aktuellen Erhebungswelle der ma Pressemedien seit dem Feldstart am 8. März ein deutlich erhöhtes Leseaufkommen bei Zeitschriften und Zeitungen nachweisbar. Die vorliegenden Daten belegen eindeutig das gesteigerte Interesse der Bevölkerung an verlässlicher, qualitativ hochwertiger Berichterstattung und Unterhaltung, insbesondere in Krisenzeiten.

Publikumszeitschriften erreichen im Vergleich zur ma 2020 Pressemedien I durchschnittlich eine um 25 Prozent und Tageszeitungen eine um 10 Prozent höhere Reichweite.

Die Änderung des Verhaltens der Bevölkerung während der Corona-Pandemie wird durch die folgenden Eckdaten (beruhend auf 1.815 persönlichen Interviews im Erhebungszeitraum vom 08. bis zum 30. März 2020) valide abgebildet. Angesichts der coronabedingten Ausnahmesituation im März haben sich die Mitgliedsverlage der agma entschlossen, eine Momentaufnahme aus der aktuellen Erhebungswelle im Vergleich zur letzten ma Pressemedien (Erhebungszeitraum vom Sept. 2018 bis Feb. 2019 sowie vom März 2019 bis Juli 2019) zu liefern.

#### **Eckdaten der momentanen Printmedien-Nutzung:**

- Zeitschriften verzeichnen insgesamt ein durchschnittliches Reichweitenwachstum um 25 Prozent. Monatliche Titel steigern ihre Reichweite um 32 Prozent, bei 14-täglichen Zeitschriften sind dies 24 und bei Wöchentlichen Zeitschriften 23 Prozent. (Reichweiten der jeweiligen redaktionellen Gruppen finden Sie in beiliegender Tabelle.)
- Alle Tageszeitungen erhöhen ihre Reichweite im Durchschnitt um 10 Prozent. Kaufzeitungen um 13 und Regionale Abo-Zeitungen um 11 Prozent. (Hinweis: Die Reichweitendaten sind nicht an den TZD Tageszeitungsdatensatz 2019 angepasst.)