

**Ansprechpartner**

Julia Scheel

Vorstand Zeitschriften  
der agma

Telefon: 089.9250-2547

[Julia.scheel@burda.com](mailto:Julia.scheel@burda.com)

Stefan Bek

Studienleitung 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:**

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

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

bietet der Methoden-

Steckbrief zur ma 2025

Pressemedien I detaillierte

Informationen zu Anlage und

Methode der Untersuchung.

## ma 2025 Pressemedien I: Zeitschriften-Nutzung entwickelt sich stabil

- **Magazine erreichen mehr als zwei Drittel der deutschen Bevölkerung**
- **Reichweiten-Entwicklung gegenüber der ma 2024 Pressemedien II weitgehend stabil**
- **Publikumszeitschriften erreichen kaufkräftige Zielgruppen**

**Frankfurt, 29. Januar 2025** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2025 Pressemedien I. Ausgewiesen werden die Reichweiten von insgesamt 130 Zeitschriften, vier Wochenzeitungen und einem Supplement. Weiterhin veröffentlicht werden die Daten von Lesezirkel und Kino, sowie 15 Zeitschriften aus der parallelen Fast-Coverage-Studie. Basis hierfür ist eine Grundgesamtheit von Onlinern im Alter von 14-79 Jahren.

### **Kernergebnisse der Zeitschriftennutzung**

Die aktuell ausgewiesenen 135 Titel erreichen pro Erscheinungsintervall insgesamt 47,81 Millionen Leser. Dies entspricht 67,8 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren.

Im Weitesten Leserkreis (WLK) werden unverändert im Schnitt 4,8 verschiedene Titel genutzt. Besonders Menschen mit höherer Bildung lesen Zeitschriften intensiv. So erreichen Personen mit dem Bildungsgrad „Fach-/Hochschulreife mit Studium“ mit 5,4 Titeln die höchsten WLK-Werte.

Die Reichweiten der deutschen Publikumszeitschriften haben sich damit im letzten halben Jahr weitgehend stabil entwickelt. Bei den wesentlichen Reichweiten-Kennzahlen Weitester Leserkreis (WLK) und Leser pro Ausgabe (LpA) ging gegenüber der Vorgängeruntersuchung ma Pressemedien 2024 II die Nutzung um ein Prozent zurück.

Das reichweitenstärkste Segment bleiben mit 40,4 Prozent Lesern die „Programmzeitschriften“ (ma 2024 Pressemedien II: 41,1%). Es folgen die Kategorien „Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen“ mit 24,3 Prozent (davor: 25,5%) und die „Wöchentlichen Frauenzeitschriften“ mit 16,1 Prozent (davor: 16,4%).

Werbungtreibende erreichen mit Werbung in Publikumszeitschriften weiterhin besonders kaufkräftige Zielgruppen. So verfügen 55,1 Prozent der Leser über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro, 22,8 Prozent sogar über 5.000 Euro und mehr monatlich.

#### **15 Titel neu in der Fast-Coverage-Studie**

Die aktuelle Ausgabe der ma Pressemedien beinhaltet auch die Ergebnisse der Fast-Coverage-Befragung aus dem Herbst 2024. Über diesen Weg lassen sich folgende 15 Titel zusätzlich ausweisen: AutoZEITUNG classic cars, Bike, Boote, Bravo Sport, Good Health, die wöchentlich erscheinende Ausgabe der Hamburger Morgenpost, mein tv & ich, OK!, Slowly Veggie, Tour, TV4x7, TV 4Wochen, WOCHE HEUTE, Women's Health, Yacht.

Die Fast-Coverage-Studie ergänzt seit der ma 2022 Pressemedien II die Reichweiterehebungen der agma. Dank des innovativen methodischen Ansatzes können Publikumszeitschriften mit kleineren Leserschaften über eine gesonderte Erhebung in die ma Pressemedien integriert werden, solange diese Titel die Ausweisungsvoraussetzungen für die reguläre ma Pressemedien noch nicht erfüllen. Mit Fast Coverage kann die agma überdies schneller und flexibler reagieren, wenn Verlage die Erscheinungsweise von Titeln kurzfristig ändern. Diese Titel, die in der eigentlichen ma-Welle nicht mehr abgefragt werden konnten, können nun dank der kürzeren Vorlaufzeiten von Fast Coverage in den ma-Berichten ausgewiesen werden.

Die aktuellen Reichweiten der einzelnen Publikumszeitschriften (inkl. der Fast-Coverage-Titel als eigene Titelgruppe auf Basis Onliner, 14-79 Jahre) finden Sie in der beiliegenden Tabelle.

### **Über die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse**

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der agma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die agma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, Radio und Fernsehen, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://agma-mmc.de>.

Alle Presse-Informationen sowie Foto-, Video- und Audiomaterial finden Sie unter <https://www.agma-mmc.de/presse>.