

Ansprechpartner

Christian Goedecke

Vorstand Zeitschriften

Telefon: 040.3007-2812

cgoedecke@spiegel-qc.de

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

Zeitschriften-Reichweiten verlagern sich langsam, aber stetig

- **92,2 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland nutzen Publikumszeitschriften. Das sind 64,74 Millionen Leser (bei einer Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung von 70,2 Millionen).**
- **Die Zeitschriften bieten damit nach wie vor nicht nur Klasse, sondern auch Masse. Teile der Nutzung aber verlagern sich ins Internet.**

Frankfurt, den 23. Januar 2013 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2013 Pressemedien I.

Das wichtigste Ergebnis vorab: Die Zeitschriftennutzung in Deutschland bleibt insgesamt stabil. Die Nettoreichweite nimmt im Rahmen der Schwankungsbreite leicht von 92,7 (ma 2012 Pressemedien II) auf 92,2 Prozent ab. Auch im langfristigen Vergleich ist nur ein geringer Rückgang der Reichweiten zu spüren: Damit haben die Publikumszeitschriften in den letzten acht Jahren 2,1 Prozentpunkte ihrer Reichweite eingebüßt (ma 2004 Pressemedien II: 94,3 Prozent). Längerfristige Vergleiche sind aufgrund eines Methodenwechsels im Jahr 2003 nicht möglich.

Insgesamt ist aber ein verändertes Mediennutzungsverhalten der Menschen feststellbar. Publikumszeitschriften haben in den vergangenen Jahren zwar kaum Reichweite eingebüßt, die Titel werden jedoch selektiver genutzt.

"Bei einem immer breiteren Medienangebot entscheidet die Relevanz eines Titels darüber, ob er im Relevant Set des Lesers einen festen Platz behält. Das gilt für alle Zeitschriftensegmente gleichermaßen", sagt Christian Goedecke, Vorstand Publikumszeitschriften der agma: „Die nach wie vor hohe Nutzung von Publikumszeitschriften belegt eindrucksvoll, dass Zeitschriften das Potenzial haben, sich im stürmischen Umfeld sprunghaft wachsender Medienangebote nachhaltig zu behaupten. Umso

wichtiger, wird es zukünftig sein, durch einen umfassenden Blick auf crossmediale Reichweiten in der ma Intermedia der agma die Stärke der Publikumszeitschriften – auch als Dachmarken – herauszustellen.“

Die am stärksten genutzten Gattungen sind nach wie vor die Programmzeitschriften (von 62,6 Prozent der über 14-Jährigen), gefolgt von der Gattung der Aktuellen Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen (45,7 Prozent). Diese beiden größten Segmente verlieren leicht um 0,4 respektive 1,7 Prozentpunkte.

Für die ma 2013 Pressemedien I wurde die Nutzung von insgesamt 38.529 Personen erhoben.

Weitere Informationen:

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage unter www.agma-mmc.de sowie in den beiliegenden, interaktiven Charts. Diese iCharts zur ma 2013 Pressemedien I können Sie im Rahmen Ihrer Berichterstattung direkt in Ihren Internetauftritt einbinden.