

**Ansprechpartner**

Julia Scheel

Vorstand Zeitschriften  
der agma

Telefon: 089.9250-2547

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

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

## **Zeitschriften sind weiterhin eine Konstante in der Mediennutzung**

- **Reichweiten der Publikumszeitschriften mit leicht rückläufiger Tendenz.**
- **Zeitschriftennutzung ist bei neun von zehn Personen der deutschsprachigen Bevölkerung fest im Alltag verankert (Gesamtreichweite: 89,6 Prozent).**

---

**Frankfurt, 26. Juli 2017** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2017 Pressemedien II. Ausgewiesen werden die Reichweiten von 155 Zeitschriften, zwei Zeitungssupplements, dem Lesezirkel sowie Kino.

Die zentralen Ergebnisse: Publikumszeitschriften werden von 89,6 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland gelesen, was 62,8 Millionen Lesern pro Erscheinungsintervall entspricht. Die Nettoreichweite nimmt somit im Vergleich zur ma 2017 Pressemedien I leicht ab und liegt wieder auf Vorjahresniveau (ma 2016 Pressemedien II: 89,4 Prozent). Für die ma 2017 Pressemedien II wurden 35.342 Personen in Deutschland befragt (CASI).

Neu in der ma 2017 Pressemedien II ist die anteilige Einführung von Online-Interviews (CAWI). Während beim CASI-Interview der Befragte vom Interviewer aufgesucht wird und den Fragebogen am Laptop selbst beantwortet, handelt es sich bei den CAWI-Befragten um Teilnehmer eines Online-Access-Panels, die das Interview per Internet aufrufen und beantworten. Hier wurden ergänzend zum Adressrandomverfahren die schwerer erreichbaren jungen Altersklassen der 20- bis 34-Jährigen befragt.

Julia Scheel, Vorstand Publikumszeitschriften der agma, betont: „Die Integration von CAWI-Interviews in die Erhebung ist eine von mehreren Maßnahmen, die wir aktuell gemeinsam mit den Kunden- und Agenturvertretern entwickeln, um die Methode der ma Pressemedien zu optimieren und an die sich verändernden

Marktbedingungen anzupassen.“ Auch viele weitere Stellschrauben des Reichweitenmodells der ma Pressemedien werden kontinuierlich überprüft und optimiert. Scheel: „Basis für die breite Akzeptanz der ma Pressemedien ist die Tatsache, dass sie von Verlagen, Kunden und Agenturen über viele Jahre gemeinsam entwickelt und kontinuierlich verbessert wurde.“

So wird zurzeit beispielsweise ein verstärkter Einsatz der MediaScan-Technologie, bei der Teilnehmer Zeitschriftenkontakte per App einscannen, geprüft.

#### **Eckdaten der Zeitschriftennutzung:**

Die Anteile der Leserschaft verteilen sich analog der vorherigen Erhebungen konstant innerhalb der einzelnen Segmente der in der ma ausgewiesenen Titel. So ist weiterhin die stärkste Nutzung bei den „Programmzeitschriften“ mit einer Reichweite von 65,8 Prozent zu verzeichnen (ma 2017 Pressemedien I: 66,4 Prozent). Gefolgt von den Segmenten „Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen“ mit 44,7 Prozent (davor: 45,7 Prozent) und der „Motorpresse“ mit 28,2 (davor: 28,5 Prozent).

Im Durchschnitt werden über alle Segmente hinweg 8 verschiedene Titel im weitesten Leserkreis gelesen, pro Erscheinungsintervall durchschnittlich 3 Titel.

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

---

#### **Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2017 Pressemedien II detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.