

Ansprechpartner

Julia Scheel
Vorstand Zeitschriften
der agma
Telefon: 089.9250-2547
julia.scheel@burda.com

Gabriele Ritter
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

ma 2018 Pressemedien I: Neun von zehn Personen über 14 Jahren lesen Zeitschriften

- **Reichweiten der Publikumszeitschriften generell stabil.**
- **Der deutschsprachige Durchschnittsbürger ab 14 Jahren nutzt durchschnittlich 8 Titel.**

Frankfurt, 24. Januar 2018 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die Reichweiten der ma 2018 Pressemedien I. Ausgewiesen werden die Reichweiten von 155 Zeitschriften, zwei Zeitungssupplements, dem Lesezirkel, sowie Kino.

Die aktuell ausgewiesenen **155 Zeitschriftentitel erreichen pro Erscheinungsintervall 61,8 Millionen Leser. In der deutschsprachigen Bevölkerung lesen weiterhin neun von zehn Personen über 14 Jahren Zeitschriften (88,2 Prozent).**

Gegenüber dem Vorjahr ist eine leicht rückläufige Tendenz der Nettoreichweite festzustellen (ma 2017 Pressemedien II: 62,8 Millionen bzw. 89,6 Prozent).

Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma, erklärt:

„Die hohe Anzahl von 34.291 CASI-Befragungen und 1.485 Interviews im Online-Access-Panel liefert in Verbindung mit den hohen Qualitätsstandards, die wir bei Auswahl und Überwachung der durchführenden Institute anlegen, erneut sehr valide Daten über die Nutzung von Zeitschriften. Das ist die Grundlage für die Akzeptanz der ma Pressemedien, die Verlage, Kunden und Agenturen über viele Jahre gemeinsam entwickelt haben und auch aktuell noch ständig weiter optimieren.“

Eckdaten der Zeitschriftennutzung und Reichweiten der redaktionellen Gruppen:

Für die ma 2018 Pressemedien I wurden 35.776 Personen in Deutschland befragt (CASI), wobei hiervon abermals anteilig Interviews über das Internet durchgeführt wurden (CAWI).

Hierzu wurden insbesondere die schwerer erreichbaren jungen Altersklassen der 20- bis 34-Jährigen befragt.

Nach wie vor sind die „Programmzeitschriften“ das reichweitenstärkste Segment mit 64,6 Prozent Lesern (ma 2017 Pressemedien II: 65,8 Prozent). Die Gruppen „Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen“ folgen mit 43,4 Prozent (davor: 44,7 Prozent), die „Motorpresse“ mit 27,9 Prozent (davor 28,2 Prozent) und die „Wöchentlichen Frauenzeitschriften“ mit im Vergleich zur Vorjahreserhebung konstanten 26,8 Prozent.

Neu ausgewiesen werden die Titel „illu der Frau“ und „Mädchen“. Für die Zeitschriften „Couch“, „Mein Lieblingsrezept“ und „Super TV“ stehen Werte auf LpN-Basis zur Verfügung.

Im Weitesten Leserkreis (letzte 12 Erscheinungsintervalle) werden durchschnittlich 8 verschiedene Titel genutzt, wobei im Durchschnitt jeder Befragte 3 Titel pro Erscheinungsintervall liest.

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

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2018 Pressemedien I detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.