

Ansprechpartner

Julia Scheel

Vorstand Zeitschriften
der agma

Telefon: 089.9250-2547

Julia.scheel@burda.com

Stefan Bek

Studienleitung Pressemedien
Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-26

bek@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

www.agma-mmc.de

ma 2024 Pressemedien I: Zeitschriften erreichen regelmäßig über 70 Prozent der Deutschen

- Die insgesamt 134 ausgewiesenen Publikumszeitschriften erreichen fast dreiviertel der deutschen Wohnbevölkerung über 14 Jahren.
- Fast Coverage Studie ergänzt erneut die ma Pressemedien um zusätzliche 13 Titel.

Frankfurt, 24. Januar 2024 – Zum Jahresauftakt veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) heute die Reichweiten der ma 2024 Pressemedien I. Ausgewiesen werden die Reichweiten von insgesamt 128 Zeitschriften, fünf Wochenzeitungen und einem Supplement. Darüber hinaus werden die Daten von Lesezirkel und Kino, sowie 13 Zeitschriften aus der parallelen Fast Coverage Studie, basierend auf der Grundgesamtheit von Onlinern im Alter von 14 bis 79 Jahren – veröffentlicht.

Kernergebnisse der Zeitschriftennutzung

Die aktuell ausgewiesenen 134 Zeitschriftentitel erreichen pro Erscheinungsintervall 49,61 Millionen Leser, dies entspricht 70,8 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren.

Im Weitesten Leserkreis werden durchschnittlich 5,0 verschiedene Titel genutzt (davor: 5,5). Besonders Leser in den Altersklassen von 50-59 und 60-69 Jahre setzen auf Vielfalt bei ihrer Lektüre, sie lesen im Durchschnitt 5,4 bzw. 5,5 verschiedene Titel.

Reichweitenstärkstes Segment bleibt mit 42,7 Prozent Lesern „Programmzeitschriften“ (ma 2023 Pressemedien II: 45,5%). Es folgen die Kategorien „Aktuelle Zeitschriften/Magazine zum Zeitgeschehen“ mit 27,6 Prozent (davor: 29,9%) und die „Wöchentlichen Frauenzeitschriften“ mit 17,2 Prozent (davor: 18,7%).

Fast Coverage Studie ergänzt ma Pressemedien

Die ma Pressemedien wird erneut in der aktuellen Berichterstattung durch die Ergebnisse der Fast Coverage-Befragung aus dem Herbst

2023 ergänzt. Über diese Möglichkeit der agma-Reichweiterehebung lassen sich 13 Titel zusätzlich ausweisen: Bereits in der Erhebung sind weiterhin AutoZEITUNG classic cars, Bravo Sport, Good Health, Harvard Business manager, LandApotheke, mein tv & ich, Slowly Veggie, WOCHHE HEUTE. Neu dazugekommen ist das Angebot TV 4Wochen. Die bisher über die ma teilnehmenden Angebote Glamour, Grazia, IN sowie Vital nehmen aufgrund eines Wechsels ihrer Erscheinungsweise dieses Mal über die Fast Coverage teil, in der ma 2024 Pressemedien II ist eine Ausweisung generell wieder möglich.

Zum Hintergrund: Die Fast Coverage Studie ist der jüngste Baustein der agma-Reichweiterehebungen. 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. Interessenten melden sich gerne bei der agma MMC.

Weitere Informationen:

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.

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2024 Pressemedien I zudem detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Zugriff auf die visuell aufbereiteten Daten erhalten alle Interessierten bequem über das webbasierte PZ-Dashboard auf der agma Webseite: <https://www.agma-mmc.de/boards>

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.

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