

## DATEN + FAKTEN POSITIONIERUNG

Jeden Monat nährt GEO eines der stärksten positiven Gefühle, die wir Menschen kennen: die NEUGIER. Neugier wird erfüllt, wenn wir etwas erfahren, das uns neue Horizonte eröffnet, das uns die Welt mit anderen Augen sehen lässt. Wissen und Informationen sind heute leicht zugänglich, aber nur jenes Wissen ist bedeutsam, das etwas mit uns macht, das uns weiter bringt. Dafür muss man länger suchen, tiefer recherchieren, opulent bebildern und abschließend unterhaltsam aufschreiben.

## KENNZAHLEN

Copypreis	7,80 €
Erscheinungsweise	monatlich
Verkaufte Auflage	196.611
Reichweite	2,92 Mio.
Page Impressions (geo.de)	8,86 Mio

GEO-Leserschaft	Struktur in %	Reichweite in Mio	Index gesamt = 100
<b>Geschlecht</b>			
Männer	49,7	1,45	101
Frauen	50,3	1,47	99
<b>Alter</b>			
14 bis 29 Jahre	13,1	0,38	63
30 bis 39 Jahre	13,2	0,39	93
40 bis 49 Jahre	17,9	0,52	111
50 bis 59 Jahre	22,1	0,65	121
60 Jahre und älter	33,7	0,98	110
<b>Schulbildung</b>			
Volksschule	18,2	0,53	53
Weiterf. Schule o. Abitur	33,7	0,99	92
Hochschulreife	48,0	1,40	166
<b>HH-Nettoeinkommen</b>			
bis 2.000 Euro	18,7	0,55	64
2.000 – 4.000 Euro	47,0	1,37	97
4.000 – 6.000 Euro	24,3	0,71	147
6.000 Euro und mehr	10,0	0,29	179



## LESERSCHAFT

Laut AWA 2018 sind GEO-Leser sehr vielseitig interessierte Innovatoren. Gleichzeitig Trendsetter mit einem ausgeprägten Expertenhorizont:

- Innovatoren: 14% (Index 277)
- Trendsetter: 20% (Index 184)
- Persönlichkeitsstarke Multiplikatoren: 39% (Index 161)

## MARKENWERT

GEO hat, neben seiner hohen Markenbekanntheit (86%), überdurchschnittlich starke Ergebnisse für seine klare Ausrichtung und erreicht hohe Sympathie- sowie Vertrauenswerte.

## BESTEHENDE SORTIMENTE

Kalender, Bücher, DVDs, CDs, Postkarten, Reisen

## BEISPIELE PRODUKTWELT



## KONTAKT

Axel Korda, Director Brand Business  
korda.axel@guj.de | +49-40-3703-7277