

Media-Analyse 2018: maxima ist reichweitenstärkstes Frauenmagazin Österreichs

01.04.2019 | Kunde: RG Verlag | Ressort: Österreich / Medien / Print | Presseaussendung

Mit einer Reichweite von 8,9 Prozent (Zielgruppe Frauen) in der Media-Analyse 2018 sichert sich maxima wieder die Poleposition unter den heimischen Frauenmagazinen und bekräftigt damit den eingeschlagenen Erfolgskurs des RG Verlages. In Summe greifen 373.000 Leserinnen und Leser zur maxima. Die Gesamtreichweite beträgt 5 Prozent (2017: 4,6 Prozent). Ausgebaut, mit 5,5 Prozent (2017: 4,7 Prozent), hat die maxima auch ihre Reichweite in der jungen Zielgruppe der 14 bis 19-Jährigen.

Honorarfreies Fotomaterial, Copyright s. Dateiname, unter **FOTOLINK**

Wien, 1.4.2019. Die maxima aus dem RG Verlag ist nicht nur weiterhin das reichweitenstärkste Frauenmagazin Österreichs, es baute auch die Nr. 1 Position von 4,9% auf 5% Gesamtreichweite weiter aus. Mit 8,9 Prozent (2017: 8,2 Prozent Reichweite) konnte zusätzlich die Anzahl der Leserinnen nochmals signifikant gesteigert werden. In Summe greifen 373.000 Personen, davon 341.000 Frauen, regelmäßig zur maxima. Besonders stark, mit 5,6 Prozent, ist der Titel in der Zielgruppe der 30-bis 39-Jährigen, punktet mit 5,5 Prozent aber auch bei den sehr jungen Leserinnen und Lesern von 14 bis 19 Jahren.

Kampagne mit Anna Veith

Der Erfolg der maxima beruht darauf, dass sie „anders“ ist als gängige Frauentitel. Sie zeichnet keine heile Welt, sondern greift auch kritische und unbequeme Themen auf. Das unterstrich auch die Kampagne im letzten Herbst mit Anna Veith. Bei der Vienna Fashion Week übersprühte der Skistar ein eigenes Werbesujet mit starken Botschaften. „Mit der Kampagne konnten wir ein Zeichen für mehr weibliche Selbstbestimmtheit setzen. Dass wir mit dieser ungewöhnlichen Strategie wieder den ersten Platz unter den heimischen Frauenmagazinen erobern konnten, freut uns daher umso mehr“, so die RG Verlag-Geschäftsführer **Barbara Reimond-Charamsa** und **Andreas Stollnberger**. RG Verlag-Marketingleiter **Michael Brugger** ergänzt: „Die zahlreichen Maßnahmen, wie die Marketing-Kampagne mit Anna Veith, haben gezeigt, dass wir am richtigen Weg sind. Der Dank gilt dabei auch meinem gesamten Team.“

Mit untypischen redaktionellen Inhalten punkten möchte auch Chefredakteurin **Kathrin Schuster**: „Die deutschsprachige Frauenmedienlandschaft wird beherrscht von ‚Negativkommunikation‘. Man schreibt uns Frauen vor, was wir ‚sollen‘, was wir ‚dürfen‘ und wie wir auszusehen haben. Hier versuchen wir bewusst gegenzusteuern und alternative Lebensmodelle und Schönheitsbegriffe zu vermitteln. Dass wir mit dieser Blattlinie so erfolgreich sind, zeigt, dass mein Team und ich auf dem richtigen Kurs sind.“

Die Zahlen der Media-Analyse 2018 im Überblick (Reichweite in %)

Total: 5 %

Frauen: 8,9 %

Gesamtreichweite: 373.000

Frauen: 341.000

Über den RG Verlag

Der RG Verlag wurde Anfang 2012 aus der Redaktion der maxima heraus gegründet, um den Erfolg der Publikationstätigkeiten der REWE International AG auf eine breitere Basis zu heben und die Weiterentwicklung des Produktportfolios zu ermöglichen. Die Kernkompetenz des RG Verlags liegt im Bereich Corporate Publishing, sowohl von B2B als auch B2C. Im Fokus stehen qualitativ hochwertige Magazine, die auf Kundenbedürfnisse individuell abgestimmt sind. Zum Medienportfolio des Verlags zählen neben maxima und maxima.at auch die ADEG Kundenzeitschrift Land & Leut', das BILLA Mitarbeitermagazin Mit Herz dabei, die BILLA Kundenmagazine Frisch gekocht und Frisch gekocht kids, die Kundenzeitschrift Schmankerlpost für PENNY sowie das Beach Magazin und das Life Ball Magazin.