

## **GEO feiert sein 30-jähriges Jubiläum**

Hamburg, 12. September 2006 – Das Magazin GEO feiert seinen 30. Geburtstag mit einer 254 Seiten starken, goldenen Jubiläumsausgabe, dem Start einer 20-bändigen GEO-Lexikon-Edition, dem großen Reportagebuch „Die Fotografen“ und umfangreichen Aktionen im Handel.

„Die Kraft der Zuversicht“ ist das Motto der Jubiläums-Ausgabe. Die Redaktion hat das gesamte Heft „20 Geschichten, die Hoffnung machen“, gewidmet: ein Perspektivwechsel, der die weit verbreitete Maxime „Bad news are good news“ bewusst in Frage stellt.

So rückt die Jubiläumsausgabe die weltweite Entwicklung zur Demokratie in den Fokus; befasst sich mit einer brasilianischen Millionenstadt, in der die klassischen Probleme der Dritten Welt erfolgreich bekämpft werden; schildert vorbildliche Entwicklungsprojekte; berichtet über weltweite Schutz-Erfolge für Fauna und Flora; dokumentiert intelligente Zukunftstechnologien. Und portraitiert herausragende Persönlichkeiten im Kampf gegen Krankheiten, Korruption und Krieg.

Die 361. Ausgabe von GEO wartet zudem mit einem gänzlich neuen Hefteinstieg auf: dem „GEOkosmos“. Ausgesuchte doppelseitige Fotos und ihre Geschichte geben nun auch dem Entrée jene optische Kraft, die GEO erfolgreich gemacht hat. Überdies wird es im GEOkosmos auf jeweils mindestens vier weiteren Seiten unter anderem Kolumnen, Hintergrundberichte zu einzelnen Reportagen, kartographische Schmuckstücke, Kurzberichte aus der Forschung, Buchempfehlungen, Veranstaltungshinweise und ein Leserfoto des Monats geben. Peter-Matthias Gaede, GEO-Chefredakteur: „Ziel dieser Überarbeitung war es, Vielfalt und Vitalität des Hefteinstiegs zu erhöhen, also auch das Vorspiel zu unseren großen Reportagen abwechslungsreicher zu gestalten.“

Im Handel werden die GEO-Jubiläumsaktivitäten von einer Reihe von Vertriebs- und Marketingmaßnahmen begleitet. Insgesamt 34.000 Händler erhielten spezielle Packages mit Informationen und Werbematerial zur Ausgabe und zum neuen GEO Themenlexikon. Daneben wurden zahlreiche PoS-Werbemittel wie Boden- und Thekendisplays, kaschierte A1-Plakate sowie Deckenhänger und Paravents mit Motiven des GEO Themenlexikons und des Jubiläumsheftes eingesetzt.

30 Jahre nach seiner Markteinführung kennen rund zwei von drei Deutschen GEO: Laut jüngster AWA liegt der „einfache“ Bekanntheitsgrad des Magazins in der Bundesbevölkerung ab 14 Jahren bei 64 Prozent. Durchschnittlich 440.457 Käufer verzeichnete das Heft im zweiten Quartal 2006; von den aktuell 321.411 Abonnenten (IVW II/2006) sind 6.743 sogar Abonnenten der ersten Stunde.

Mit einer Reichweite von 5 Prozent (3,24 Millionen, MA 2006 II) ist GEO zudem der größte freiverkäufliche Monatstitel Deutschlands. Und derjenige, der unter allen Kaufftiteln aktuell die meisten Leser hinzugewonnen hat (die 256.000 zusätzlichen Leser bedeuten ein Plus von 8,6 Prozent). Mit einem Durchschnittsalter von 45,9

Jahren ist die GEO-Leserschaft zudem leicht jünger als jene der drei aktuellen Wochentitel Stern, Spiegel und Focus.

Für die bislang 361 GEO-Ausgaben mit ihren insgesamt circa 2.500 Reportagen wurden 137 Millionen Kilogramm Papier bedruckt, zu je einem Drittel aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff, Durchforstungsholz und Altpapier.

Die verkaufte Gesamtauflage der bisherigen Bücher von GEO und GEOlino liegt bei knapp 1,4 Millionen Exemplaren. Insgesamt 98 Kalender sind in der GEO-Gruppe erschienen. GEO.de hatte mit 21,9 Millionen Page-Impressions im ersten Halbjahr 2006 mehr Seitenabrufe als die drei wichtigsten weiteren Wissens-Magazine mit ihren Websites zusammen (20,2 Millionen).

Dr. Gerd Brüne, Verlagsleiter der GEO-Gruppe: „Als GEO 1976 als Line Extension des Stern aus der Taufe gehoben wurde, ahnte niemand, dass daraus 30 Jahre später eine große Markenfamilie mit acht Line Extensions heranwachsen würde. Aber auch Aktivitäten im Internet, im Fernsehen, im Buch- und Kalendermarkt, Reisen, Hörbücher und andere Produkte haben aus dem Reportage-Magazin von einst inzwischen eine vielfältig erlebbare Markenwelt gemacht. International gibt es heute zudem in zwölf weiteren Ländern GEO-Ausgaben, von denen einige zum Teil unmittelbar auf der deutschen Ausgabe aufbauen. Hinter diesem Erfolg stehen in erster Linie die kontinuierliche journalistische Qualität des Heftes und die Flexibilität der Redaktion, sich immer wieder den veränderten Bedürfnissen ihrer Leser anzupassen.“

Die Jubiläumsausgabe von GEO umfasst 254 Seiten, kostet 6,- Euro und erscheint am 18. September 2006.

**Unter [www.geo.de/presse-download](http://www.geo.de/presse-download) finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.**

Für Rückfragen:

Maïke Pelikan  
GEO Marktkommunikation  
20444 Hamburg  
Tel.: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683  
E-Mail: [pelikan.maïke@geo.de](mailto:pelikan.maïke@geo.de)  
GEO im Internet: [www.GEO.de](http://www.GEO.de)