

IVW2002:AuflagederGEO-FamiliewächsttrotzschwachererMarktlage**GEOlinoverkaufterstmalsmehrals200.000ExemplareimQuartalsschnitt**

Hamburg, 14. Januar 2003 – Die GEO-Familie (GEO, GEO SAISON, GEO Special, GEOolino) verbucht in der IVW-Auflagenstatistik für das Quartal IV/2002 einen Aufwuchs und befindet sich damit weiter auf sehr gutem Kurs.

Eine Erfolgsgeschichte schreibt vor allem der jüngste Spross der Familie, das anspruchsvolle Kinder- und Jugendmagazin GEOolino. Laut IVW/2002 durchbricht das Heft mit 207.888 verkauften Exemplaren im vierten Quartal 2002 erstmals die 200.000er Marke und wächst damit um 14,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Die durchschnittliche Jahresauflage 2002 von GEOolino beträgt 199.159 Exemplare, was einen Zugewinn von durchschnittlich über 30.000 Käufen (+17,9 Prozent) je Heft im Laufe eines Jahres bedeutet.

Das Reportagemagazin GEO erreichte in der durchschnittlichen Jahresauflage von 503.229 Exemplaren. Der leichte Verlust von 1,5 Prozent gegenüber 2001 (510.969 Exemplare) ist darauf zurückzuführen, dass im Vorjahr das Jubiläumsheft 10/01 zum 25-jährigen Erscheinen von GEO aufgrund erheblicher, punktueller Marketingaktivitäten besonders gut verkauft hatte.

Ebenso erfreulich behauptet sich das zehnjährliche reisende Reisemagazin GEO SAISON angesichts des von Sicherheits- und Konjunktursorgen überlagerten Reise-Marktes. Mit einer durchschnittlichen Jahresauflage von 142.436 Exemplaren (-0,4 Prozent gegenüber Vorjahr) festigt das Magazin seine führende Position im Markt der Reisezeitschriften.

Das sechsmal jährlich erscheinende monothematische Reisemagazin GEO Special verbucht im Jahresschnitt 2002 eine durchschnittliche Auflage von 158.066 Exemplaren – was bei einem leichten Minus von 1,9 Prozent im schwächeren Reiseumfeld gleichfalls eine beachtliche Stabilität bedeutet.

GEO-Verlagsleiter Dr. Gerd Brüne: „Die GEO-Familie hat im Jahresschnitt insgesamt knapp 20.000 Käufer hinzugewonnen und sich damit für die Branche problematischen Jahr 2002 ganz hervorragend geschlagen. Der Erfolg ist ein Kompliment der Käufer an die redaktionelle Qualität der GEO-Titel – unterstellt es sich im Übrigen im Jahr 2002 auch bei den nicht IVW-gemeldeten Titeln der Gruppe (GEO EPOCHE, GEO WISSEN, GEO SAISON für Genießer) ein. Dies zeigt, dass unsere anhaltende Resistenz gegenüber dem Häppchenjournalismus vom Markt gewürdigt wird.“

Für Rückfragen:

Pressemitteilung

Gruner+JahrAG&Co
Druck-undVerlagshaus
Hamburg

SusanneHacker
GEOPresse-+Öffentlichkeitsarbeit
20444Hamburg
Tel:040/3703-2157,Fax:040/3703-5683
E-Mail:hacker.susanne@geo.de