

## München: Unterdeutschen Städtezielen jetzt auf Platz zwei

### **GEO Special "München" ergründet die neue Attraktivität der Isar-Metropole**

Hamburg, 2. April 2003 – Pünktlich zum Frühlingsbeginn ist jetzt das neue GEO Special "München" erschienen – ein Portrait jener Metropole, deren Beliebtheit unterdeutschen Städter laubend deutlich zugenommen hat. Urbanes Lieblingsziel der Deutschen bleibt zwar Berlin, so die Tourismusanalyse 2003 des BAT-Forschungsinstitut, die auf einer aktuellen bundesweiten Befragung basiert. Erstmals seit mehreren Jahren ist allerdings München auf Platz zwei gerückt und hat Hamburg auf dem dritten Platz verdrängt.

Die Fotografen und Reporter von GEO haben sich auf die Suche nach den Gründen für die neue Attraktivität Münchens gemacht. Jenseits der klassischen Reize, vom sonnigen Wetter bis zur viel gerühmten Lebensqualität, hat sich einiges verändert in Bayerns Hauptstadt. So hat die Stadt in Deutschland weiteinmaliges Projekt begonnen: die gezielte "Auswilderung" der Isar, also die Rückverwandlung eines Kanals in ein natürliches Flussmitten in einer Großstadt. Das Westend wächst zum neuen In-Viertel Münchens. Die Pinakothek der Moderne krönt seit 2002 die eiche Kunstszene. Junge, radikale Volksmusiker erobern die Bühnen klassischen Brauchtums. Ungewohntesentdeckt die GEO-Teams auch in den Zentren der Macht und des Glaubens: in Stoibers Staatskanzlei und in der Frauenkirche, dem Wahrzeichen der Stadt.

Insgesamt enthält das GEO Special "München" rund 20 Beiträge, die die neuen und die klassischen Eigenheiten der Metropole vorstellen. Als Extrakteil liegt der Ausgabe ein aktueller Stadtführer im Pocket-Format bei – für die Wochenendreise in die Frühlingsstadt München. Das GEO Special "München" umfasst 186 Seiten, kostet 7,80 Euro und ist vom 2. April an im Zeitschriftenhandelerhältlich.

Für Rückfragen + Belegexemplare:

Victoria Schacht  
GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit  
20444 Hamburg  
Tel: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683  
E-Mail: schacht.victoria@geo.de