

Gesamt-Auflage der GEO-Familie überschreitet Millionengrenze

IVW I/2004: GEO steigert Auflage auf durchschnittlich 506.835 Exemplare / Starker Zuwachs bei GEO Special / „Erfolgskind“ GEOlino jetzt im Schnitt bei 245.315 Exemplaren

Hamburg, 14. April 2004 – Die IVW-geprüften Titel der GEO-Zeitschriftenfamilie – das heißt GEO, GEO Special, GEO Saison und GEOlino – liegen im ersten Quartal 2004 zusammen mit einer durchschnittlichen Gesamtauflage von 1.044.401 Exemplaren über der „magischen“ Millionengrenze. Im Einzelnen verzeichnet das Reportage-Magazin GEO eine leicht positive Auflagenentwicklung: Im ersten Quartal 2004 verkauft der Titel durchschnittlich 506.835 Exemplare pro Monat und legt damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,2 Prozent (+ 860 Exemplare) zu. Im Vergleich zum Vorquartal ist dies sogar eine Steigerung von 7,6 Prozent (+ 35.714 Exemplare).

Auf sehr gutem Kurs befindet sich auch GEO Special: Das monothematische Reisemagazin verkauft im Schnitt 159.268 Exemplare und verbucht damit im Vergleich zum Vorjahr einen Zuwachs von 42,4 Prozent (+ 47.388 Exemplare).

GEOlino setzt seinen Höhenflug fort: Das Kinder- und Jugendmagazin, das seit 1996 auf dem Markt ist, erreicht mit 245.315 verkauften Exemplaren erneut eine „persönliche Bestmarke“ und legt damit im Vergleich zum Vorjahr um 9,8 Prozent zu (+ 21.826 Exemplare).

Einzig GEO Saison musste mit insgesamt 132.983 verkauften Exemplaren gegenüber dem Vorjahresquartal mit minus 14,8% (- 23.100 Exemplare) Federn lassen – nicht zuletzt aufgrund der Turbulenzen, die die Tourismus-Branche erfasst haben. Gegenüber dem Vorquartal bedeutet dieses Ergebnis jedoch ein Minus von lediglich 2,6% (- 3.543 Exemplare) und damit annähernd Auflagenstabilität.

GEO-Verlagsleiter Dr. Gerd Brüne: „Die Auflagenentwicklung der gesamten GEO-Zeitschriftenfamilie spiegelt die hohe Akzeptanz der Themenvielfalt und der journalistischen Qualität aller Titel bei den Lesern wider. Dass GEO Saison, das im letzten Jahr als eines der wenigen Reisemagazine sogar an Auflage zulegen konnte, nunmehr kleine Verluste verzeichnen muss, ist eine normale Marktentwicklung in diesem Segment. Besonders erfreulich ist für uns das kontinuierliche Wachstum von GEOlino. Unser Kinder- und Jugendmagazin weckt bei den Lesern bereits in jungen Jahren die Lust darauf, „die Welt mit anderen Augen zu sehen“ – und ist damit ein Garant dafür, dass sich die GEO-Zeitschriftenfamilie auch in Zukunft weiterhin positiv entwickeln wird.“

Für Rückfragen:

Birgit Deker
GEO Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
20444 Hamburg, Tel. 040/3703-3706, Fax 040/3703-5741
E-Mail: presse@geo.de