

GEO eigentlich schon „Wochenmagazin“

Die Titel der GEO-Gruppe kommen in diesem Jahr auf insgesamt 56 Ausgaben / Allein in den nächsten vier Wochen erscheinen sieben neue Hefte

Hamburg, 16. März 2005 – GEO hat den Sprung zum „Wochenmagazin“ geschafft – das gilt zumindest rechnerisch, denn das grüne Hauptheft bringt zusammen mit seinen acht Line-Extensions in diesem Jahr erstmals 56 Ausgaben auf den Markt. Ein Kurs, der zeigt, dass die Expansion der Zeitschriften-Familie von den Käufern und Lesern angenommen wird. Allein innerhalb der nächsten knapp vier Wochen erscheinen sieben neue Ausgaben in der GEO-Familie: Den Anfang macht die Ausgabe 2 aus der neuen Reihe GEOkompakt, die sich dem „Wunder Mensch“ widmet und am Mittwoch (16.3.) in den Handel kommt. Es folgen GEO (Titelthema: „Körper, Seele und der Hunger“, EVT: 21.3.), GEO SAISON (Titelthema: „Frankreichs romantische Dörfer“, EVT: 30.3.), das GEO Special „Europas schönste Parks & Gärten“, GEOLino (Titelthema: „Königstiger“), GEO EPOCHE zum Thema „Kriegsende 1945“ (alle EVT: 6.4.) sowie GEO WISSEN zum Thema „Sünde und Moral“ (EVT: 11.4.).

Zurückzuführen ist der Ausgaben-Rekord nicht zuletzt auf die erfolgreiche Erweiterung der Gruppe durch GEOkompakt, das in diesem Jahr viermal erscheinen wird. Die erste Ausgabe des neuen Wissensmagazins, Thema: „Die Geburt der Erde“, die im November 2004 mit einem Copypreis von 7,50 Euro auf den Markt kam, hat bereits jetzt rund 184 TEx verkauft. Nach weiteren Vermarktungsphasen, insbesondere über den Buchhandel, rechnet der Verlag damit, dass die 200 000er-Marke durchbrochen wird. Bereits zuvor hat GEO EPOCHE seine Erscheinungsfrequenz verdoppelt: Das Geschichtsmagazin, das bei einem Copypreis von 8 Euro im Schnitt 168 080 Exemplare (IVW IV/2004) verkauft, erscheint ebenfalls viermal im Jahr. Eine zusätzliche Sonderausgabe von GEO EPOCHE über die Tsunami-Katastrophe ist zurzeit im Handel.

GEO-Chefredakteur Peter-Matthias Gaede: „Wir treten gegenüber unseren Lesern jetzt noch häufiger den Beweis an, dass schnelles Wachstum und die Beibehaltung hoher Qualitätsstandards nicht im Widerspruch zueinander stehen müssen. Dass wir es uns zugetraut haben, das Portfolio von GEO auf nunmehr 56 Ausgaben auszuweiten, die sich allesamt zu Preisen zwischen 3 und 8 Euro verkaufen, ist dem Zuspruch unseres Publikums für jeden einzelnen dieser Schritte zu danken. Und dass das „grüne“ GEO trotz aller Ausgliederungen inhaltlich und konzeptionell nichts von seiner Kraft verloren hat, beweist unter anderem die gerade erfolgte Kür zum ‚Lead-Magazin des Jahres‘, über die wir uns sehr gefreut haben.“

Für Rückfragen:

Frank Plümer
Leiter GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit
Tel: 040/3703-3046, Fax: 040/3703-5683
E-Mail: presse@geo.de