

## **GEOlino zieht sehr positive Jahresbilanz 2003**

***Neuer Auflagenrekord / GEOlino ist mit deutlichem Abstand Marktführer im Qualitätssegment der Kinder- und Jugendzeitschriften / Anzeigengeschäft wurde ausgebaut / Erfolge auch im Buchgeschäft***

Hamburg, 10. Februar 2004 – GEOlino zieht für das Jahr 2003 eine überaus positive Jahresbilanz: So verkaufte die Kinder- und Jugendzeitschrift im vierten IVW-Quartal 2003 im Schnitt 234.400 Exemplare und erzielte damit einen neuen Auflagenrekord. Gegenüber dem Vorjahresquartal steigerte das Magazin seine Auflage um 12,8 Prozent und hält mit deutlichem Abstand die Marktführer-Position im Qualitätssegment der Kinder- und Jugendzeitschriften inne. Folgerichtig erzielt GEOlino in 2003 die höchsten Vertriebs Erlöse seit seiner Markteinführung.

### **GEOlino im Abonnement vor “Micky Maus” und “Bravo”**

Herausragend ist insbesondere die sehr hohe Bindung der jungen Leser an “ihr” Magazin: Rund zwei Drittel der verkauften Auflage entfallen auf Abonnements. Damit liegt GEOlino in dieser Sparte mit rund 157.000 Abonnenten sogar noch vor “Bravo” und “Micky Maus”.

### **Bestes Anzeigenergebnis seit Markteinführung**

Die hervorragende Entwicklung im Vertrieb spiegelt sich auch im Anzeigengeschäft von GEOlino wider. Im Markt der Kindermagazine lag der Monatstitel GEOlino im Jahr 2003 mit 1,75 Mio. ⌘ (Kunden-Brutto) im Ranking nach Anzeigenumsatz auf Platz 3 - gleich hinter “Micky Maus” und “Wendy”, die allerdings wöchentlich erscheinen (Quelle LYNX). Seit Jahren verzeichnet GEOlino damit im Anzeigengeschäft stetige Zuwächse und hat in 2003 erneut ein Rekordergebnis erreicht.

### **GEOlino.de als Treffpunkt der Community**

Ebenfalls sehr erfolgreich war 2003 zudem der Internetauftritt des Kinder- und Jugendmagazins. Nie zuvor haben so viele Kinder [www.geolino.de](http://www.geolino.de) aufgerufen: Rund 927.000 Zugriffe pro Monat registrierte der Online-Auftritt durchschnittlich im vergangenen Jahr. Was nicht ohne Folgen blieb: Allein über das Internet konnte das Magazin 2003 über 5.000 Neu-Abonnenten für die Print-Ausgabe gewinnen.

### **GEOlino-Bücher erfolgreich wie nie zuvor**

Gerade im Jahr 2003 wurde zudem das Buchgeschäft unter dem GEOlino-Label forciert. Die drei Bücher “Familien”, “Mikrokosmos für Kinder erklärt” und “Die lustige Welt der Tiere” verkauften sich zusammen rund 32.700 mal. Auch der GEOlino-Kalender setzte seine Erfolgsgeschichte fort: Circa 12.500 Exemplare gingen 2003 “über den Ladentisch”. Ergänzt wird dieses Portfolio durch Produkte aus dem Non-Print-Bereich: So wurden etwa in Kooperation mit dem Kosmosverlag ein Mikroskopieset sowie ein Experimentier-Baukasten herausgegeben, die sich ebenfalls bereits großer Beliebtheit erfreuen.

GEO-Verlagsleiter Dr. Gerd Brüne: “Auf Grundlage der in seinem Segment der Kinder- und Jugendzeitschriften beispiellos hohen Qualität und redaktionellen Tiefe baut GEOli-

no seine Kompetenz in vielen Feldern aus. Zudem wird das Magazin durch Events und Mitmachaktionen zunehmend "erlebbar" gemacht. Bisheriger Höhepunkt ist die erste GEOlino-Kinderuni, die das Magazin im vergangenen Herbst zusammen mit der Körberstiftung und der Universität Hamburg als sechsteilige Vorlesungsreihe startete. An den Veranstaltungen nahmen jeweils rund 1.700 Kinder teil – ein Resultat, das alle unsere Erwartungen sprengte. Es war zudem eine schöne Bestätigung für das GEOlino-Credo: *Wissen macht Spaß.* "

Für Rückfragen:

Isabelle Haesler

GEO Presse- + Öffentlichkeitsarbeit

Tel: 040/3703-3706, Fax: 040/3703-5741

E-Mail: [presse@geo.de](mailto:presse@geo.de)