
Hamburg, 12.4.2002

IVW: Das Ende der Bescheidenheit...

...ist angebrochen bei der GEO-Zeitschriftenfamilie, zumindest was die Auflagenentwicklung angeht: Alle vier IVW-gemeldeten GEO-Titel konnten im ersten Quartal 2002 im Vergleich zum Vorjahresquartal 1/2001 erneut zulegen.

Das grüne **GEO Magazin** ist mit 528 TEx noch relativ genügsam und steigerte die Auflage „nur“ um 4 Prozent. Das aber entspricht immerhin fast 20000 neuen Käufern – einer Menschenmenge, mit der man die BayArena füllen könnte!

GEO Saison, das multithematische Reisemagazin, legt nach der „freundlichen Übernahme“ zahlreicher Abonnenten des eingestellten Konkurrenzblattes Globo um 9 Prozent auf nunmehr 164 TEx zu – die höchste Meldung, die dieser Titel jemals in einem ersten Quartal abgeben konnte!

Da will auch der zweite Reise-Titel der Familie, das monothematische **GEO Special**, nicht nachstehen: Um satte 27 Prozent kletterte die Auflage auf insgesamt 148 TEx (inkl. Verkäufe aus früheren Berichtszeiträumen).

Und auch am „Neuen Markt“ notiert die Zeitschriftenfamilie gut: **GEOLino**, das Kindermagazin von GEO, erzielt erneut das beste Ergebnis aller Zeiten und nähert sich mit insgesamt 193 TEx (plus 17 Prozent) der magischen 200-TEx-Schallmauer...

Aggressive Preissenkungen oder Formatreduzierungen, wie sie derzeit in anderen Marktsegmenten zum Anlocken neuer Käuferschaften eingesetzt werden (müssen), kommen für Peter-Matthias Gaede, Chefredakteur bzw. Herausgeber der GEO-Titel, nicht in Frage: „Unser Ansatz heißt Qualität. Diese GEO-Qualität hat ihren Preis – den aber ist der Leser zu zahlen bereit, Euro-Umstellung hin, Rezession her. Die Auflagenerfolge sind verdienter Lohn für unsere Konsequenz – und ein Kompliment an die Intelligenz unserer Leser“, sagt Peter-Matthias Gaede. Ganz unbescheiden.
