

## **GEO SAISON, die Nummer eins der multithematischen Reisemagazine, feiert Jubiläum**

***Vor 15 Jahren, im März 1989, erschien das erste GEO SAISON-Heft***

Hamburg, 17. Februar 2004 – Während die Tourismusbranche seit einigen Jahren mit Krisenerscheinungen kämpft, hat sich GEO SAISON zur erfolgreichsten multithematischen Reise-Zeitschrift entwickelt. Mit einer Jubiläumsausgabe zum 15. Geburtstag feiert die Redaktion den Erfolg in einem Segment, in dem - obwohl die Deutschen lange Zeit als "Reiseweltmeister" galten - Mitbewerber wie "Holiday", "Traveller's World" und "Globo" in den letzten Jahren die Segel gestrichen haben.

GEO SAISON dagegen steht im Jubiläumsjahr strahlend dar: Mit durchschnittlich 151.024 verkauften Exemplaren konnte die Auflage im Kalenderjahr 2003 gegenüber dem Vorjahr um rund sechs Prozent gesteigert werden (Quelle: IVW) - und das gegen den Branchentrend. Auch in der Reichweite liegt das Magazin mit 970.000 Lesern (AWA 2003) vor seinen multithematischen Wettbewerbern.

Chefredakteurin Christiane Breustedt, seit rund zehn Jahren an der Spitze des größten Reisetitels aus der GEO-Zeitschriftenfamilie, zu den vielbeschworenen neuen Angstfaktoren im Tourismus: "Man könnte flapsig sagen: Auf die Welt war noch nie Verlass. Mittlerweile aber spielen sich Dramen eben auch an Plätzen ab, die für Reisende lange als absolut sicher galten: etwa auf Bali und auf Djerba, in Istanbul, New York, Moskau oder der Sahara." Es mache Reise-Journalismus nicht einfacher, so Breustedt, wenn zum Beispiel einige SARS-Fälle in 2003 ausreichen würden, um den Kanada-Tourismus zum Erliegen zu bringen. Oder die Vogelgrippe den Südostasien-Tourismus in die Krise befördere. Das Erfolgsrezept von GEO SAISON beschreibt Breustedt mit "kluger Suche nach alternativen Destinationen" und damit, "auf sympathische, vergnügliche und originale Weise Lust auf Ferien zu machen – mit exklusiver Optik und soliden, seriösen und gut recherchierten sowie dokumentierten Vorschlägen". Überdies thematisiere GEO SAISON regelmäßig in großen Dossiers neben den typischen Genüssen des Reisens auch die verbreitetsten Irrungen und Wirrungen beim Unterwegssein und gebe seinen Lesern vielfältige Handreichungen, das Beste daraus zu machen.

Das Jubiläumsheft, die März-Ausgabe 2004, hat das Titelthema »Zum Glück gibt's italienische Inseln«. Die Leser können unter anderem eine Reise auf die Insel Procida gewinnen, aber auch auf das ferne Naturkleinod Tasmanien - sowie eine Tour mit der Harley Davidson durch Deutschland. Ein weiteres Thema der GEO SAISON-Jubiläumsausgabe sind die großartigen Bauten von berühmten Architekten, die sich vielerorts immer mehr als Besuchermagneten erweisen: Das Heft stellt herausragende Beispiele vor und verlost eine Reise zu Frank O. Gehrys Guggenheim-Museum in Bilbao, zu Santiago Calatravas Architektur in Valencia und zu Antoni Gaudis Werken in Barcelona.

Im Ratgeber »Yoga« erzählt das Heft schließlich von den Freuden der körperlichen Leichtigkeit und dem dazugehörigen geduldigen Training bei dieser Art der Reise zu

sich selbst. Und von jenen Orten fern des Alltags, an denen man zur Ruhe kommen kann.

Die Jubiläumsausgabe erscheint pünktlich zur ITB am 18. Februar 2004. Das Heft umfasst 142 Seiten und kostet 4,60 Euro.

**Unter [www.geo.de/presse-download](http://www.geo.de/presse-download) finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.**

Belegexemplare erbeten.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan  
GEO Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
20444 Hamburg  
Tel: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683  
E-Mail: [pelikan.maike@geo.de](mailto:pelikan.maike@geo.de)  
GEO im Internet: [www.GEO.de](http://www.GEO.de)