

GEO Special wird 30, feiert mit Neuerungen – und spendiert eine Weltreise

Hamburg, 2. Februar 2011 – Ein Heft hat 30. Geburtstag und darf jünger werden: GEO Special, das monothematische Reise-Magazin der GEO-Familie, präsentiert sich mit der ersten Ausgabe des Jubiläumsjahres, die heute erscheint, in frischem Layout und mit diversen inhaltlichen Neuerungen.

Neuerungen

Das Titelblatt wurde erstmals nach 1999 wieder grundlegend modernisiert: Das Special im Schriftzug wurde vergrößert, das Logo neu gestaltet, der Heftrahmen veredelt – durch ein dunkleres, intensiveres Blau, das ein ebenfalls vergrößertes Titelfoto nun deutlich mehr leuchten lässt. Ziel der Veränderungen: eine Anpassung des Covers an durchgehend hochwertige Inhalte. Beate Meding, als Art-Direktorin verantwortlich für die grafische Überarbeitung: „Mit dem neuen Layout möchten wir betonen, dass wir ein qualitativvolles Heft machen. Wir wollen nicht billig lärmern, sondern uns abheben durch eine zeitgemäße, zurückhaltende Opulenz.“

Zu den Neuerungen des Entdecker-Magazins von GEO gehört auch mehr Intensität im Inneren des Heftes. Neu sind Satellitenbilder und Karten für den ersten Überblick, neu ist auch die Doppelseite „Zahlen, bitte“, die mit originellen Illustrationen, Grafiken und Statistiken zum Landeskenner machen soll: Infografiker Ole Häntzschel setzt wichtige und ausgefallene Daten zu einem Land, einer Stadt, einer Region in Szene – etwa die Zahl der jährlich vertilgten Meerschweinchen in Peru (65 Millionen). Außerdem in jedem Hefteinstieg: ein landestypisches Rezept, ausgeknobelt und mehrfach nachgekocht von der verlagseigenen Versuchsküche, eine Musikauswahl als Soundtrack des Landes sowie ein Querschnitt aus dem örtlichen Warensortiment, die „Geschäftsreise“.

Das Dossier, in dem GEO Special Hintergrundwissen zu Politik, Gesellschaft, Kultur eines Landes bietet, ist in die Heftmitte gerückt – und stellt auf einer zusätzlichen Leute-Doppelseite nun Menschen vor, über die man am Ort des jeweiligen Heftgeschehens spricht. Auch die Reise-Tipps am Heftende wurden aufgewertet. Auftakt ist nun stets die „GEO-Special-Route“: eine Idealtour – als Essenz Dutzender Reisen von GEO-Reportern. Ebenfalls zum ganz konkreten Nachreisen, Nachmachen, Nachempfinden: ausgewählte kleine und große Erlebnisse intensiverer Art. Beispiel Rom: die definitiv besten Nudeln essen, eine Vespa mieten, verborgene Palazzi des römischen Adels erkunden, einen päpstlichen Segen bestellen. Und die viel reisenden Leser des Magazins kommen nun zu Wort: In der Rubrik „Beim nächsten Mal“ erzählen sie, was sie etwa bei einer nächsten Rom-Tour garantiert anders machen werden.

Mehr Heute, mehr Orientierung, mehr Pathos des Unterwegseins soll das neue Heft bieten. Meike Kirsch, Redaktionsleiterin: „Typografie und Layout sind neu, diverse Rubriken sind es. An den Grundtugenden der GEO Specials aber wird sich nichts ändern: Wir bieten aktuelle, authentische, intensive Vor-Ort-Recherche statt billiges Recycling. Wir bieten große Reportage. Und natürlich: exklusive Fotografie. Dieses Heft fängt an, wo Reiseführer aufhören.“

Jubiläumsrätsel

Zum 30. Geburtstag schmeißt GEO Special eine besondere Runde: eine Weltreise für zwei Personen als Hauptpreis des großen GEO-Special-Jubiläumsrätsels – mit einem Reisebudget von 10.000 Euro sowie zwei Round-the-World-Tickets mit freier Routenwahl. Dürfen es New York, Fidschi, Sydney, Singapur und Bangkok sein? Oder lieber Johannesburg, Buenos Aires, Lima, Los Angeles, Auckland, Tokio? Wann der Gewinner reisen möchte, wie lange und wohin, das entscheidet ganz allein er. Das Jubiläumsrätsel geht über sechs Etappen (GEO Special 1/2011 bis 6/2011); nach jeder Etappe wird unter den richtigen Einsendungen eine Reise verlost – beginnend mit zwölf Tagen Syrien + Jordanien,

einer Erlebnisreise durch die in der aktuellen Ausgabe vorgestellten Länder. Wer fürchtet, eine Etappe oder das Finale zu verpassen, kann sich unter www.geo-special.de/weltreise-gewinnen registrieren lassen und erhält jeweils rechtzeitig eine Erinnerungsmail. Unter gleicher Adresse kann das gesamte Rätsel ab 7. Dezember 2011 auch online gelöst werden.

Zahlen

Die GEO Specials selbst sind eine Weltreise in Heften. Eine Reise in mittlerweile 172 Stationen – von der Nordsee bis Neuseeland, von der Antarktis bis Zentralafrika. Mit einem Abstecher zum wohl exklusivsten Ziel eines Reisemagazins bislang: dem Mond. Die Reise geht im Jubiläumsjahr weiter: über Syrien + Jordanien, Rom, Mecklenburg-Vorpommern, New York, Brasilien bis zur extra seitenstarken Jubiläumsausgabe im Dezember – GEO Special Weltreise.

Das Magazin hat sich seit seiner Gründung als erste Line Extension von GEO rund 26.500.000-mal verkauft. Bis heute hält es mit deutlichem Abstand seine Marktführerschaft im Einzelverkauf der monothematischen Reisezeitschriften und seine hohe Reichweite: Es erreicht laut AWA 1,49 Millionen Leser pro Ausgabe, die ein GEO Special im Schnitt mehr als zwei Stunden lesen und wiederholt zur Hand nehmen. Ein Ansporn für Verlag und Redaktion, weiterhin auf aktuelle und intensive Vor-Ort-Recherche zu setzen statt auf Informationen aus der Retorte. Auf große Reportagen statt auf Kurzimpressionen. Und auf exklusive Fotografie statt auf Abziehbilder aus der Werbung.

Die Redaktion legt Wert auf unabhängigen, glaubwürdigen Journalismus, enthält sich also der Branchenpraxis, ihre Reporter auf Einladungsreisen von Veranstaltern zu schicken. Für die bisher investierten Reisekosten, eine hohe siebenstellige Summe, ließe es sich zum Beispiel zu zweit 13 Jahre und zwei Monate lang im Luxushotel Burj al Arab in Dubai wohnen. Oder mit einem Rund-um-die-Welt-Ticket 2.445-mal um die Erde fliegen. Oder zu Durchschnittstarifen für 291 Jahre auf Weltreise gehen. Textvorschlag für den Abwesenheitsassistenten: „Herzlichen Dank für Ihre E-Mail. Ich bin am 2. Februar 2302 wieder im Büro.“

Die erste Ausgabe des runderneuten GEO Specials, Thema Syrien + Jordanien, erscheint mit der ersten Rätseletappe am 2. Februar 2011 zum Preis von 8 Euro, mit DVD 15,90 Euro. Das Jubiläumsheft GEO Special Weltreise erscheint am 7. Dezember 2011.

Unter www.geo.de/presse-download finden Sie das aktuelle Heftcover zum Download.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan
GEO Marktkommunikation
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 21 57
E-Mail pelikan.maike@geo.de
Internet www.geo.de