

Print wirkt: Warum Magazine inspirieren!

Kleine, unabhängige Magazine machen sich Gedanken um Weltpolitik und Pressefreiheit – und entwickeln spannende Strategien im Umgang mit ihren Zielgruppen. Was wir von einem Blick ins Reagenzglas mitnehmen können.

Weltpolitische Umwälzungen in der EU und den USA, die Pressefreiheit in der Krise am Rande Europas und eine anhaltende Debatte über Fake-News, die allen Medienschaffenden einiges abverlangt. Es sind Zeiten, in denen etabliert geglaubte Regeln in Frage gestellt werden. In den USA attackiert der Präsident etablierte Qualitätsmedien, in Deutschland verbünden sich soziale Netzwerke mit Recherche-Kollektiven, um überbordenden Falschmeldungen Herr zu werden. Auch an Medienschaffenden, die sich in Zeitschriften zum Teil mit alltäglicheren Themen des Lebens – mit den schönen Dingen in Alltag und Freizeit

beschäftigen, gehen diese Debatten nicht spurlos vorüber. Auch wir fragen uns: Was kann man tun, was sollte man tun – und welche smarten Wege gibt es, diese unübersichtliche Welt mit einer gedruckten Zeitschrift etwas besser und vertrauter zu machen?

Inspiration bei der »Indiecon«

Seit einigen Jahren holen wir uns in der GANSKE-VERLAGSGRUPPE Inspirationen aus einer ganz bestimmten Richtung ins Haus: Mit der »Indiecon«, Hamburgs erstem »Independent Magazine Festival«, sind



Alte Bekannte: Der frühere Tempo-Chefredakteur **Markus Peichl** zu Gast in der Heinrich-Heine-Villa



Unabhängige Vielfalt: Independent Magazines besetzen Nischen auf dem Zeitschriftenmarkt

“

*Was kann man tun, was sollte man tun –
und welche smarten Wege gibt es, diese
unübersichtliche Welt mit einer gedruckten
Zeitschrift etwas besser und
vertrauter zu machen?*

Peter Rensmann

*Geschäftsführer Marketing und Sales, Jahreszeiten Verlag,
Mitglied im Vorstand der Publikumszeitschriften im VDZ (PZ)*



© Andreas Sibler / Jahreszeiten Verlag

einmal im Jahr kleine und größere unabhängige Magazine aus aller Welt in der Heinrich-Heine-Villa an der Außenalster zu Gast. Wir fördern dieses kreative Get Together seit seinem Gründungsjahr. Erster Grund: Wir lieben Zeitschriften. Zweiter Grund: Inspiration ist ein Baustein der notwendigen permanenten Weiterentwicklung unseres Magazin-Portfolios.

Die größte Stärke vieler dieser Hefte ist und bleibt die Nische. Da geht es um Kino in Asien (Nang, Seoul), Haustiere in der Popkultur (Agapornis, Barcelona) oder den Lebensstil rund ums Tennisspielen (Racquet, New

York). Alle leidenschaftlichen Magazinmacher fragen sich, wie sie Schritt halten können mit den Entwicklungen in der Welt, wie sie ihre Leserinnen und Leser mitnehmen und vor allem ihr Vertrauen festigen.

Aus der Nische in den Mainstream

In vielen Fällen geht der Anspruch der »Indies« mittlerweile über die Nischenthemen hinaus. Das Architekturmagazin »Real Review« aus London – gegründet von einem 29-Jährigen – möchte das Wohnen in Großstädten revolutionieren. Das »Migrant Journal«, dessen Ma-



Bei der Arbeit: Blattkritik-Workshop mit Magazin-Veteran
Michael Hopp



Zu Gast bei Freunden: **Peter Rensmann**
begrüßt die Teilnehmer der dritten Indiecon

cherinnen und Macher in fünf Ländern verteilt sind, wagt sich an das hochkomplexe und sehr aktuelle Thema Migration – mit einem frischen Blick und ohne die üblichen Klischees. Es ist beachtlich, welche interessanten Wege diese Titel finden, auch schwierige Themen mit Elan, Energie und Kreativität anzugehen.

Noch einen Schritt weiter gehen die Vertreter des »konstruktiven Journalismus«, von denen es im Independent-Bereich mittlerweile eine ganze Reihe gibt. Titel wie »Positive News« (London) existieren in der Nische schon seit Jahren, auch das deutsche Magazin »Transform« beschäftigt sich schon drei Ausgaben lang mit »dem guten Leben« – auch wenn »gut« in diesem Fall eher in Richtung Genügsamkeit geht.

Dass solche Themen und Trends aus der Nische auch den Sprung in den Mainstream der Zeitschriftenbranche schaffen, ist keinesfalls ausgeschlossen. Ein Beispiel: Popkultur-affine, feministische Independent-Titel wie das deutsche »Missy«-Magazin gibt es seit Jahren auch am Kiosk. Nach der Wahl von US-Präsident Trump startete Francoise Mouly, Art-Direktorin bei »The New Yorker«, gemeinsam mit ihrer Tochter Nadja Spiegelmann das feministische Zine »Resist!«. Faktisch ist im vergangenen Jahr europaweit ein ganzer Reigen neuer Magazine dieser Art entstanden.

Bleibt die Frage: Was machen die kleinen Hefte anders, was sind ihre Strategien, um trotz vielfach geringer Auflage ein gewisses Maß an Relevanz zu erreichen? Ein klarer Trend ist Nahbarkeit – via Social Media, auf Messen und Magazine Release Events. Und einige Hefte gehen in puncto Leserbeteiligung noch deutlich weiter, bis hin zur Auflösung klassischer Redaktionsstrukturen. Kollektive wie die Macher des Magazins »Froh!« produzieren mit Workshop-Gruppen aus Young Professionals und Laien in kürzester Zeit ganze Hefte – im direkten, aktiven Austausch mit Menschen, die ihre Geschichten erzählen möchten. Es ist spannend zu beobachten, wie Magazine zum Werkzeug für die Selbstbeschreibung einer bestimmten Gruppe werden. Wir erleben einen Prozess, der auch für Organisationen und Unternehmen interessant sein kann, die ihren eigenen Wertekosmos abklopfen wollen – »Magazine Thinking« als Tool zur individuellen Weiterentwicklung.

Zeit für Perspektivwechsel

Ein weiterer Aspekt, den man von Indies lernen kann: Global zu denken ist unerlässlich – denn oftmals kommt Innovation vom anderen Ende des Erdballs. Auch viele kleine Titel zielen mittlerweile auf internationale Zielgruppen, erscheinen deshalb zweisprachig oder in englischer Übersetzung. So macht das Reisemagazin »Lost« aus China einen spannenden Trend zu Individualreisen auch im Land der Mitte sichtbar – und ermöglicht einen aus europäischer Perspektive ungewöhnlichen Perspektivwechsel. Auch die Zukunft des Direktvertriebs wird gerade in China ausgetestet: Viele Klein- und Kleinstpublisher verkaufen ihre Hefte – jenseits der offiziellen Vertriebskanäle – direkt über Gruppen des Messengers »WeChat«. Eine Bestellung wird dann so einfach wie das Senden einer Kurzmitteilung. Andere Titel stechen durch technische Experimente hervor, wie das dänische Fotografie-Magazin »The Exposed«, das mit Hilfe einer eigens entwickelten App konsequent auf Augmentation setzt – also eine Ergänzung der Heftinhalte durch digitalen Content auf dem Smartphone-Screen.

Und manchmal hilft auch der niedrige Erscheinungszyklus vieler Indie-Titel, der einen etwas gelasseneren Blick zulässt. Bestes Beispiel ist wohl das Magazin »Delayed Gratification« das schon seit einigen Jahren mit selbstgewählter dreimonatiger Verzögerung über Nachrichtenergebnisse berichtet. Über viele Dinge redet man eben lieber mit Abstand. Dann bleibt – bei aller Ernsthaftigkeit – auch noch etwas Zeit für die guten Seiten des Lebens.



**Die Indiecon 2017 findet
vom 25. bis zum 26. August
in der Heinrich-Heine-Villa in Hamburg statt.
Ticketanfragen an info@indiemags.de.
Mehr: www.indiefirst.de**