

## DEUTSCHLAND LIEBT SEINE ZEITSCHRIFTEN

Print ist tot – oder doch nicht? Trotz Smartphone, Tablet und Laptop lesen die Deutschen immer noch gerne Zeitschriften. Am Kiosk und im Zeitschriftenladen findet man Zeitschriften zu den unterschiedlichsten Themen. Und ständig kommen neue auf den Markt.

## MANUSKRIFT ZUM VIDEO

### SPRECHER:

Zeitschriften lesen – ein **Zeitvertreib**, den die Deutschen lieben. Die Berlinerin Birgit von Gfug **macht es sich** am liebsten auf der Couch mit den bunten **Blättern gemütlich**. Dafür **lässt** sie sogar das Smartphone **links liegen**.

### BIRGIT VON GFUG:

Für mich ist das irgendwie so ein **Abtauchen**, so am ... Wenn ich mir übers Internet was angucke, dadurch dass ich auch den ganzen Tag am **Rechner** sitze so bei der Arbeit, ist das für mich eigentlich auch mehr so wie Arbeit. Also, selbst wenn ich damit auf dem Sofa sitze oder so, dann ist das für mich nicht wirklich **entspannt**, mir das auf dem Laptop oder auf dem iPad oder so anzugucken.

### SPRECHER:

Birgit von Gfug liest am liebsten Frauenzeitschriften, die sie mit positiven Themen **unterhalten**. Das **liegt im Trend**: Stil, Mode, Leben mit der Natur, Kochen – schöne Themen, die **zum Träumen** und zur **Flucht aus dem Alltag verführen**. Immer neue **Magazine kommen auf den Markt**, so wie „emotion slow“, eine Zeitschrift **rund um** das Thema **Entschleunigung**.

### MAREILE BRAUN (Redaktionsleiterin „emotion slow“):

Bei uns heißen Kapitel zum Beispiel: „Essen mit mehr Genuss“, „Einkaufen mit mehr Wissen“, „Arbeiten mit mehr Ruhe“, „Reisen mit mehr **Echo**“ oder auch „Wohnen mit mehr Gefühl“. Man hört jetzt immer ein Mehr, Mehr, Mehr, Mehr. Das Interessante ist aber eigentlich, dass unser besonderes **Konzept** das Weniger **propagiert**. Unser **Mehrwert** liegt darin, dass wir sagen, man braucht gar nicht so viel, sondern das Richtige.

### SPRECHER:

Nur vier Mitarbeiterinnen sitzen in der kleinen Hamburger Redaktion. Gerade arbeiten sie an der zweiten Ausgabe, die Mitte Oktober erscheint. Genauso wichtig wie interessante Artikel ist für die **Macherinnen** die **Gestaltung** des Heftes – zum Beispiel mit **hochwertigem** Papier und **ästhetischen** Fotos.

MAREILE BRAUN:

Man nimmt es wieder zur Hand und man hat etwas, was man tatsächlich auch **nachhaltig** bewahren und aufheben möchte. Und das, glaube ich, ist in der allgemeinen Entwicklung des **Printmarktes** etwas, was auch **zukunftsfähig** ist, Magazine **ein Stück weit** auch wie Bücher zu behandeln, wie etwas, was **Wert** hat, was Qualität hat.

SPRECHER:

Auch das ist typisch für den deutschen Zeitschriftenmarkt: eine riesige Auswahl an Magazinen – **zugeschnitten** auf die unterschiedlichsten Interessen. Birgit von Gfug ist **Stammkundin** in diesem Berliner Zeitschriftenladen. Hier **lässt sie** sich gerne **inspirieren** und wählt nach unterschiedlichen Kriterien aus.

BIRGIT VON GFUG:

Also, es gibt einige, auf die warte ich dann tatsächlich immer schon irgendwie so 'n bisschen. Und ja, wenn ich zwischendurch dann noch mal irgendwie eine brauche, dann ja so nach dem **Cover** eigentlich. Ja, was weiß ich, „Liebe dich selbst“ find' ich jetzt auch so ein bisschen **ansprechend**. Das ist ja doch immer irgendwie so ein Thema: Wie geht man mit sich selber um?

SPRECHER:

267 Millionen Euro geben die Deutschen pro Monat für Zeitschriften aus. Mehr als jeder dritte **Titel**, der **über die Ladentheke geht**, ist seit weniger als zehn Jahren auf dem Markt. Stephan Scherzer **vertritt** die **Verleger** von Zeitschriften und weiß, warum viele der **Neugründungen** erfolgreich sind.

STEPHAN SCHERZER (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger):

Gerade die jungen Leute sind ja gewohnt: Im Internet finde ich zu jedem Thema einen Blog, eine Website. Also, die **Vertikalisierung ist** ja enorm **ausgeprägt**. Und das bietet auch die deutsche Zeitschriften**landschaft**. Das heißt, was die Menschen durch die digitalen Medien lernen, **finden** sie auch am Kiosk **abgebildet**. Sie finden zu jedem noch so vertikalen Thema, finden sie einen Titel, der mit Leidenschaft, mit Begeisterung, mit tollen Bildern gemacht ist.

SPRECHER:

Die heutige Vielfalt hat auch historische Gründe: Nach dem Zweiten Weltkrieg sollte in Deutschland eine **breitgefächerte** Medienlandschaft entstehen. Alle Verlage konnten ihre Blätter schon damals über ein bundesweites **Vertriebsnetz** überall anbieten – international eine Besonderheit.

STEPHAN SCHERZER:

Wir haben eine sehr starke Lesek**ultur**. Wir haben in Deutschland auch im Vergleich zu vielen Ländern im angloamerikanischen Raum vor allem auch eine gute Bezahlkultur. Das heißt, die Menschen erkennen den Wert von **Gedrucktem**, im **Abonnement**, aber auch am Kiosk. Wir haben in Deutschland, was ganz wichtig ist, eine gute **Distribution**. Das heißt, Sie finden wirklich **im hintersten Eck** noch einen Zeitschriftenladen, einen Kiosk, einen Tabakwarenladen, wo Sie Zeitschriften bekommen.

**SPRECHER:**

Gut verkaufen lässt sich aber nur, was auch **mit** Inhalt und **Kompetenz punktet**: **Darauf setzt** der Hamburger Verlag, der „emotion slow“ herausgibt. Geschäftsführerin Anke Rippert schätzt die **Flexibilität** eines kleinen Verlags.

**ANKE RIPPERT** (Verlag „Inspiring Network“):

Wenn wir von einer Idee überzeugt sind und sagen, wir **trauen uns** das Risiko **zu**, und das ist **ansatzweise überschaubar**, dann machen wir das einfach, anstatt da jetzt noch ein halbes Jahr in **Strategiesitzungen** und **Budgetplanungen** etc. zu verbringen, sondern probieren das dann einfach aus und sind damit natürlich oft auch schneller mit verschiedenen Dingen am Markt.

**SPRECHER:**

Auch Birgit von Gfug probiert beim Lesen gern Neues aus. Aber dem Medium Zeitschrift **bleibt** sie **treu**.

**BIRGIT VON GFUG:**

Ich mag das so, das anzufassen und dann die Seiten umzublättern. Und wenn ich was Interessantes sehe, das vielleicht auch rauszureißen oder so. Klar, kann man sich auch alles im Internet angucken, aber das ... nee, **ist nicht so meins**.

**SPRECHER:**

Aber wenn Birgit von Gfug auf dem Papier eine **Anregung** entdeckt, fotografiert und speichert sie sie inzwischen auch auf dem Smartphone. Die Zeitschrift hat den Sprung in die digitale Zeit also gleich doppelt geschafft.

## GLOSSAR

**Zeitvertreib, -e** (m.) – etwas, das man gerne in seiner Freizeit macht und das nicht anstrengend ist; etwas, wobei man nicht viel nachdenken muss

**es sich gemütlich machen** – hier umgangssprachlich für: sich bequem hinsetzen oder hinlegen

**Blatt, Blätter** (n.) – hier umgangssprachlich für: die Zeitschrift; die Zeitung

**etwas links liegen lassen** – umgangssprachlich für: etwas nicht beachten; hier auch: etwas nicht benutzen

**ab|tauchen** – hier: wie in einer anderen Welt sein; die Realität vergessen

**Rechner, -** (m.) – der Computer

**entspannt** – ohne Stress; gemütlich

**jemanden unterhalten** – hier: jemandem Freude bereiten; jemandem etwas Interessantes bieten

**im Trend liegen** – im Moment sehr beliebt sein

**jemanden zu etwas verführen** – jemanden dazu bringen, etwas zu tun

**die Flucht aus dem Alltag** – der Versuch, seine alltäglichen Probleme oder die Probleme der Welt zu vergessen

**Magazin, -e** (n.) – hier: die Zeitschrift

**auf den Markt kommen** – verkauft werden

**rund um etwas** – hier: ein bestimmtes Thema betreffend

**Entschleunigung** (f., nur Singular) – gemeint ist hier: die Tatsache, Dinge langsamer zu machen und dadurch weniger Stress zu haben

**Echo, -s** (n.) – gemeint ist hier: etwas, das länger nachwirkt

**Konzept, -e** (n.) – die Idee; der Plan

**etwas propagieren** – für etwas werben; etwas vorschlagen

**Mehrwert** (m., hier nur Singular) – hier: das Positive, das jemand durch etwas bekommt

**Macher, -/Macherin, -nen** – jemand, der etwas herstellt oder durchführt

**Gestaltung** (f., nur Singular) – das Design; der Aufbau

**hochwertig** – so, dass etwas eine sehr gute Qualität hat

**ästhetisch** – schön anzusehen

**nachhaltig** – hier: so, dass man etwas lange Zeit nutzen will

**Print** (m., nur Singular) – hier: das gedruckte Medium (z. B. die Zeitschrift; die Zeitung)

**zukunftsfähig** – so, dass etwas auch in Zukunft noch erfolgreich sein wird

**ein Stück weit** – ein bisschen; etwas

**Wert** (m., hier nur Singular) – hier: etwas, das für jemanden besonders wichtig ist; etwas, das man als wertvoll ansieht

**zugeschnitten auf etwas/jemanden** – hier: passend für etwas/jemanden; geeignet für etwas/jemanden

**Stammkunde, -n/Stammkundin, -nen** – der Kunde/die Kundin, der/die immer wieder kommt

**sich inspirieren lassen** – sich anregen lassen; durch etwas auf Ideen kommen

**Cover, -s** (n., aus dem Englischen) – die Titelseite (z. B. von einem Buch oder einer Zeitschrift)

**ansprechend** – hier: so, dass viele etwas schön finden

**Titel, -** (m.) – hier: die Zeitschrift

**über die Ladentheke gehen** – umgangssprachlich für: verkauft werden

**jemanden vertreten** – hier: die Interessen von jemandem vor anderen deutlich machen

**Verleger, -/Verlegerin, -nen** – jemand, der eine Zeitschrift oder ein Buch veröffentlicht

**Neugründung, -en** – etwas (z. B. ein Unternehmen), das es noch nicht lange gibt

**Vertikalisierung, -en** (f.) – gemeint ist hier: die besondere Tiefe, mit der bei einem Thema ins Detail gegangen wird (im Gegensatz zu einem groben Überblick) (Adjektiv: vertikal)

**ausgeprägt** – deutlich vorhanden

**Landschaft, -en** (f.) – hier: die gesamte Menge von etwas

**etwas abgebildet finden** – hier: etwas wiederfinden, das man von woanders kennt

**breitgefächert** – hier: unterschiedlich; auch: groß

**Vertriebsnetz, -e** (n.) – ein System von verschiedenen Methoden/Arten, wie etwas verkauft wird

**Kultur** (f., hier: nur Singular) – hier: die generelle Einstellung von Menschen eines Landes

**Gedrucktes** (n., nur Singular) – etwas, das aus Papier besteht und das man lesen kann (z. B. das Buch; die Zeitschrift)

**Abonnement, -s** (n.) – etwas, das man bestellt, um es regelmäßig geliefert zu bekommen

**Distribution, -en** (f.) – die Auslieferung von Waren an Verkäufer und der Verkauf an die Kunden

**im hintersten Eck** – umgangssprachlich für: auf dem Land; auf dem Dorf

**mit etwas punkten** – durch etwas beliebt bei jemandem werden; durch etwas einen Vorteil haben

**Kompetenz, -en** (f.) – das besondere Können; die besondere Fähigkeit auf einem bestimmten Gebiet

**auf etwas/jemanden setzen** – hier: sich für etwas/jemanden entscheiden, weil man glaubt, dass es/er erfolgreich sein wird

**Flexibilität** (f., nur Singular) – die Tatsache, dass sich jemand schnell auf veränderte Situationen einstellen kann und keine Probleme damit hat

**sich etwas zu|trauen** – glauben/sich sicher sein, dass man etwas gut kann oder schafft

**ansatzweise** – ein bisschen; etwas

**überschaubar** – hier: so, dass man etwas (z. B. ein Risiko) gut einschätzen kann

**Strategiesitzung, -en** (f.) – das Arbeitstreffen von Mitarbeitern, in dem z. B. über zukünftige Projekte gesprochen wird

**Budget, -s** (n., aus dem Französischen) – die Geldsumme, die man für etwas (z. B. für den Kauf von etwas) zur Verfügung hat

## Video-Thema

Begleitmaterialien

**jemandem/etwas treu bleiben** – hier: sich nicht plötzlich gegen etwas/jemanden entscheiden, sondern bei etwas/jemandem bleiben

**etwas ist nicht meins** – hier: etwas mag ich nicht; etwas finde ich nicht gut

**Anregung, -en** (f.) – hier: etwas, das interessant für jemanden ist; etwas, das man selbst ausprobieren möchte

*Autoren: Gönna Ketels/Stephanie Schmaus*

*Redaktion: Barbara Syring*