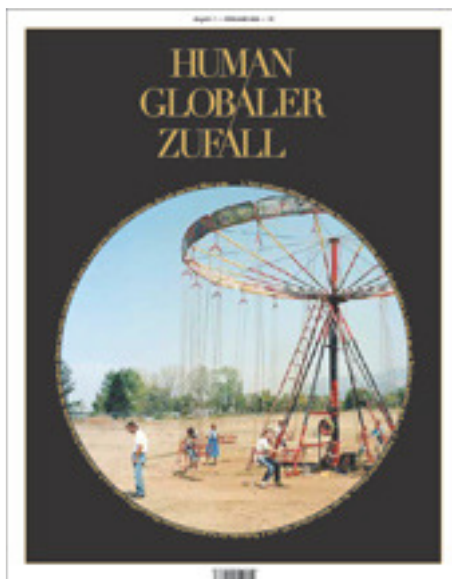


Springer bringt Scoop–Titel auf den Weg

Die Axel Springer Akademie hat einen Gewinner für seine Nachwuchsförderung Scoop gekürt. Dennis Buchmann, Absolvent der Deutschen Journalistenschule, hat mit der Zeitschrift "Humanglobaler Zufall" den Zuschlag bekommen. In den kommenden zwei Jahren will die Akademie sein Projekt mit 500.000 Euro finanzieren. Im Interview mit W&V–Online erklären Akademie–Chef Jan–Eric Peters und Ideengeber Dennis Buchmann welche Erwartungen sie an das Projekt haben und was "Humanglobaler Zufall" von anderen Blätter unterscheidet.



"Phänomenales Feedback": Buchmanns Magazinprojekt "Humanglobaler Zufall" war der klare Sieger.

Die Axel Springer Akademie hat einen Gewinner für seine Nachwuchsförderung Scoop gekürt. Dennis Buchmann, Absolvent der Deutschen Journalistenschule, hat mit der Zeitschrift "Humanglobaler Zufall" den Zuschlag bekommen. In den kommenden zwei Jahren will die Akademie sein Projekt mit 500.000 Euro finanzieren. Im Interview mit W&V Online erklären Akademie–Chef Jan–Eric Peters und Ideengeber Dennis Buchmann welche Erwartungen sie an das Projekt haben und was "Humanglobaler Zufall" von anderen Blätter unterscheidet.

W&V: Rund 2.000 Nachwuchsjournalisten haben sich bei Scoop beworben. Warum hat sich die Axel Springer Akademie gerade für "Humanglobaler Zufall" entschieden?

Jan-Eric Peters: Für die Jury war "Humanglobaler Zufall" das beste, innovativste und spannendste Konzept unter den Einsendungen – so eine Zeitschrift gibt es ganz einfach bislang noch nicht. Das Feedback war übrigens phänomenal: Der jüngste Teilnehmer war zehn, der älteste 83 Jahre alt, und die Ideen kamen aus mehr als 20 Ländern, von Thailand bis Nigeria, obwohl wir den Wettbewerb nur nationale ausgeschrieben hatten. Das Thema des Heftes, die Globalisierung, beschäftigt uns alle, und "Humanglobaler Zufall" bereitet das Thema ganz nah am Leser auf. Es geht um Menschen in der Globalisierung, die der Zufall zusammengeführt hat.

W&V: Wie muss man sich den Aufbau der Zeitschrift vorstellen?

Peters: Alle Geschichten sind über ihre Protagonisten miteinander verknüpft, sie sind wie an einer Perlenkette aufgezogen.



Buchmann ist Absolvent der Deutschen Journalistenschule.

W&V: Der Kinofilm Babel mit Brad Pitt also als Printumsetzung?

Peters: Das Prinzip ist ähnlich.

Dennis Buchmann: Es ist allerdings nicht so, dass wir das Prinzip von Babel

als gedrucktes Heft herausgeben werden. Der Film basiert ja auf fiktiven Geschichten, die perfekt durchkomponiert sind. Wir bilden hingegen die Realität ab und halten uns an Fakten.

W&V: Wurden Sie denn von dem Film beeinflusst?

Buchmann: Nein, den Film habe ich erst später gesehen. Ich habe mich schon vorher mit dem Thema Globalisierung beschäftigt und überlegt, welcher Ansatz der spannendste ist – und dass ist für mich die Vernetzung der einzelnen Geschichten.

W&V: Demnach gibt es in dem Magazin auch keine Ressortaufteilung?

Peters: Das Heft ist eher wie ein Buch mit Kapitel aufgebaut. Ressorts spielen keine Rolle.

W&V: Wie findet man denn solche ungewöhnlichen Geschichten regelmäßig? Immerhin soll die Zeitschrift ja quartalsweise erscheinen.

Peters: Sie haben recht: Die Umsetzung ist sehr anspruchsvoll, denn jede Geschichte muss schon für sich genommen so interessant sein, dass man sie auch ohne die vorhergehenden Geschichten erzählen und gerne lesen würde. Aber wir sind überzeugt, dass Dennis Buchmann mit unserer Hilfe stemmen wird.



Springers Mann für die Zukunft: Jan-Eric Peters leitet die Akademie.

W&V: Wie genau wird das Magazin realisiert?

Peters: Dennis Buchmann, als Global Editor für das Projekt verantwortlich, sitzt bereits jetzt bei uns in der Akademie und bastelt an dem Titel. Wir sind gerade dabei, um ihn herum ein Team aufzubauen, das sich um Vertrieb und Marketing kümmert und einen Businessplan erstellt. Für das Design der Zeitschrift konnte die Akademie Art-Direktor und Designer Mirko Borsche gewinnen, der schon erfolgreich für die Zeit, Neon und das SZ-Magazin gearbeitet hat.

W&V: Welche Erwartungen haben Sie an Auflage und Anzeigenverkauf?

Peters: Wir haben den Wettbewerb gestartet, weil wir Kreativität fördern wollen. Geist, nicht Geld ist hier das entscheidende Element. "Humanglobaler Zufall" ist dann auch nicht als Massenblatt gedacht, sondern eher als ein Magazin in einer interessanten Nische. Gleichwohl sind wir davon überzeugt, dass das Heft Leser und Anzeigenkunden finden wird.

W&V: Konkrete Zahlen möchten Sie aber nicht nennen?

Peters: Es ist einfach noch zu früh, sich auf Zahlen festzulegen.

W&V: Sie wollen ja 500.000 Euro innerhalb von zwei Jahren in das Projekt investieren, was geschieht danach?

Peters: Der tatsächliche Wert des Projektes ist größer als 500.000 Euro, denn interne Kosten wie Druck und Vertrieb oder personelle Hilfe aus Akademie und Verlag werden nicht extra berechnet. "Humanglobaler Zufall" wird so lang erscheinen, wie der Förderbetrag und die Erlöse aus Vertrieb und Anzeigen reichen. Was nach den geplanten zwei Jahren passiert, hängt natürlich davon ab, ob das Blatt sich in dieser Zeit etablieren konnte.

W&V: Was geschieht mit den anderen Projekten, die nicht gewonnen haben. Halten Sie daran auch die Rechte?

Peters: Wir verfahren so, wie wir es auch vorher angekündigt haben: Wir werden alle Einsendungen vernichten, weil wir jedem Teilnehmer absolute Vertraulichkeit zugesichert haben. Die Rechte gehen in jedem Fall an den

Ideengeber zurück. Es kann sein, dass aus dem ein oder anderen Finalprojekt noch etwas entsteht, dass wäre dann zusätzlich zu Scoop.