



AXEL SPRINGER AG

Nur den Faden nicht verlieren

Springer startet am 21. April den Titel „Humanglobaler Zufall“. Wie zuvor die Literaturzeitschrift „Der Freund“ soll das neue Heft ein Vorzeigeprojekt werden

➔ Was manchen Zeitschriften fehlt, klebt in der neuen Zeitschrift „**Humanglobaler Zufall**“ deutlich sichtbar im Heft: ein dicker, roter Faden. Rund zehn Cent pro Ausgabe koste diese kleine Beigabe, schätzt **Jan-Eric Peters**, 43, der Direktor der **Axel-Springer-Akademie**, die das Magazin herausgibt.

Bei einem Verkaufspreis von fünf Euro eine lohnende Investition. Denn der rote Faden ist nicht nur eine nette Spielerei, die dem hochwertig anmutenden Blatt einen zusätzlichen Touch des Speziellen verleiht, sondern er symbolisiert auch das Konzept von „Humanglobaler Zufall“. Auf dessen Cover steht: „200 Fotos – Sechs Reportagen – Ein roter Faden“. Schwerpunkt des Magazins sind sechs Porträts von Menschen in Ecuador, Deutschland, Kanada, den USA und Costa Rica, von denen Malte in Südamerika Pramod in Berlin kennt, der wiederum mit Sven in New Orleans befreundet ist. Und so weiter.

„Wir zeigen die subjektive Seite der Globalisierung“, sagt Chefredakteur **Dennis Buchmann**, 30, der offiziell den



Ihm fliegen die gebratenen Meerschweinchen in den Mund: „Scoop“-Gewinner Dennis Buchmann durfte einen Titel entwickeln

etwas hochtrabenden Titel „Global Editor“ trägt. Sein Büro hat Buchmann im sechsten Stock des Springer-Hochhauses, wo auch die Akademie residiert.

Zur Erinnerung: Das Magazin, das am 21. April in einer Druckauflage von 100.000 Exemplaren erscheint, ist das siegreiche Projekt des Springer-Journalistenwettbewerbs „**Scoop**“. Im vergangenen Dezember wurde Buchmann, Absolvent der **Deutschen Journalistenschule** in München, von einer Jury zum Gewinner des Wettbewerbs erklärt. Bereits vier Monate später liegt die erste Ausgabe auf dem Redaktionstisch, die Website dazu ist unter der Adresse www.humanglobalerzufall.de online.

So schnell geht es im Verlagswesen selten. Was zeigt, dass das Magazin für den **Springer** Verlag wie einst die Literaturzeitschrift „**Der Freund**“ (2004-2006) etwas Besonderes ist. Ein wenig Spielplatz, ein wenig Vorzeigeobjekt und ein Beleg dafür, dass man es etwa mit **Gruner + Jahr** in Sachen kleinen, aber feinen Projekten aufnehmen kann. Wenn man nur will. „Die Herausforderung war, in sehr kurzer Zeit mit sehr kleinem Team ein außergewöhnliches Reportagemagazin auf die Beine zu stellen. Das ist noch einmal etwas anderes als eine kleine, feine Literaturzeitschrift ohne Fotos und Anzeigen“, sagt Peters, der mit seinem Stellvertreter und alten Weggefährten **Marc Thomas Spahl**, 40, die Projektleitung übernommen hat.

Nach jetzigem Stand werden vier Ausgaben der Zeitschrift erscheinen. Das Budget von einer halben Mio. Euro

ist dann erschöpft, und schon so arbeiten viele Verlagskollegen aus Spaß an der Freud (ja, das soll es noch geben) nebenbei mit, gewähren Fotografen und Autoren Sonderpreise. Peters: „Bevor wir acht Ausgaben mit halber Kraft produzieren, machen wir lieber vier Ausgaben genau so, wie wir sie uns vorstellen.“ Ideengeber Buchmann nimmt es locker und findet auch, man müsse das Heft eben „ganz machen oder gar nicht“.

Aber wer weiß – vielleicht kommt der kalkulierte Zufall so gut an, dass es nach den vier Ausgaben in die Verlängerung geht. In der Erstausgabe wurden 15 Anzeigenseiten zu je 5.000 Euro gebucht, z.B. von **eBay**, **BMW**, **Adidas**, **VW** und **L'Oréal**. Eine kleine Kampagne von der Agentur **Töchter+Söhne** startet in diesen Tagen. Und die Vorstandsetage von Springer, sagt Peters, sei von dem Heft „begeistert“.

Das dürfen die Herren durchaus sein. Das Konzept von „Humanglobaler Zufall“ ist charmant und könnte die „**Neon**“-Generation ansprechen. Die Fotos (u.a. **Armin Smailovic**, **Heji Shin**, **Jörg Koopmann**) sind schlichtweg sensationell, die Umsetzung durch Creative Director **Mirko Borsche** ist durchdacht, liebevoll und das Blättern nicht nur wegen des matt-rauen Papiers eine Freude. Einzig die Texte, wahrlich nicht das Unwichtigste, könnten noch an Kontur und Prägnanz gewinnen.

Dennis Buchmann ist jedenfalls schon jetzt um mehrere Erfahrungen reicher. Kürzlich saß der junge Zeitschriftenmacher selbst in einer Jury und zeichnete zusammen mit den neuen Kollegen „**BamS**“-Chef **Claus Strunz** und „**Bunte**“-Boss **Patricia Riegel** „wegweisende Printwerbung“ aus. Und auf Dienstreise ist er auch schon gegangen: In Quito verzehrte er im Dienst des „Humanglobalen Zufall“ ein gebratenes Meerschweinchen. *Christian Meier*



Vier Ausgaben à fünf Euro: Springer zielt mit dem neuen Titel auf eine kleine, aber feine Zielgruppe

