

Alles über Haustiere

Verlag Krennzenial launcht Magazin All4pets

Für tierliebende Österreicher gibt es neue Lektüre. Denn Krennzenial Werbeagentur und Verlag, Herausgeber des Gratismagazins All4family, bringt das neue Kaufmagazin All4pets auf den Markt, das sich thematisch ganz den Haustieren des Landes verschrieben hat. Das Heft mit dem Beinamen „Österreichs neues und außer-

gewöhnliches Tiermagazin“ wendet sich nicht nur an österreichische Familien, sondern vor allem an Lifestyle-affine Singles mit Haustieren. Herausgeberin und Agenturchefin Martina Krenn charakterisiert den Kern der Leser-

Wertvolles Wissen und Trends rund um das liebe Tier gibt es ab November im neuen Magazin All4pets nachzulesen.



schaft als „zwischen 25 und 45 Jahre alt, mit gehobenem Bildungs- und Einkommensniveau und Freude an den schönen Dingen des Lebens“. Und deren dürfte es genug geben, immerhin werden in Österreich 1,5 Millionen Katzen und 580.000 Hunde gehalten. Auf mindestens 68 Seiten pro Ausgabe sind laut Krenn „gut recherchierte und von Experten verfasste Artikel, klare Themengliederung und lifestyleiges Design“ zu finden. Regelmäßige Bestandteile sind auch Serviceelemente wie Tipps vom Tierarzt oder Bildreportagen mit Prominenten und deren Haustieren. All4pets startet im November, erscheint vierteljährlich in einer Auflage von 30.000 Stück und ist zum Copypreis von 2,20 Euro in Trafiken erhältlich. Zur Premiere widmet sich das Hochglanzmagazin insbesondere den Pferden, für das kommende Jahr sind Themenschwerpunkte rund um Reptilien, Kleintiere, Vögel und Fische geplant. In der Einführungsphase wird All4pets umfangreich beworben, und zwar mit Plakataktionen, per Infoscreeen und mit guten Platzierungen in den Trafiken sowie mittels einer gratis verteilten Marketingauflage. Ein einseitiges Inserat in Farbe in All4pets kostet 3.980 Euro.

Wohnen im Casino Velden

Weg von der Messe – hin zum Erlebnisereignis. Dass Möbelausstellungen nicht mit Lagerhallenambiente in Verbindung gebracht werden müssen, zeigte das österreichische Wohn- und Lifestylemagazin Wohnen. Mit den DJs Feed the Artists, Designspiel-Bar, lebendem Roulette und dem Ausblick über die Veldener Bucht feierte das Designspiel 07 seine Premiere im Casino



Design und Spiel verbindet sich zum Designspiel 07 im Casino Velden.

Velden. Sechs Tage lang – vom 14. bis 19. August – präsentierten nationale und internationale Aussteller wie das Schweizer Unternehmen Vitra, die Neue Wiener Werkstätte oder der Möbelhersteller Cassina ihre besten Stücke im Lounge-Ambiente. Wohnen-Geschäftsführer Mag. Christian Edelsbrunner: „Nach diesem Erfolg wird Designspiel 08 sicher wieder im Casino Velden stattfinden.“

Wertebewusste Zielgruppe

Thomas Weber spricht im HORIZONT-Interview über sein Pfadfindermagazin Skills

HORIZONT: Herr Weber, was war der Auslöser für Ihr Vorhaben, ein eigenes Magazin für die Pfadfindercommunity herauszugeben? Gibt es international ein Magazin, das als Vorbild dient?

Weber: Ich bin selbst Pfadfinder (mittlerweile außer Dienst) und war auch lange Jahre in der Kinder- und Jugendbetreuung aktiv. Viele Menschen in meinem persönlichen Umfeld sind das nach wie vor – ich weiß also aus eigener Erfahrung, dass es sich um eine höchst aktive Community quer durch alle Bevölkerungsschichten handelt, die weit über das Kinder- und Jugendalter hinausreicht. In Österreich gibt es 85.000 aktive Pfadfinder, zum erweiterten Sympathisantenkreis werden 350.000 Österreicher gezählt. Ihre Schnittmenge sind gemeinsame Interessen: Natur, Sport, Outdoor, Reisen und generell das, was man eine aktive, sinnvolle Freizeitbeschäftigung nennen kann. Außerdem sind Pfadfinder werte- und qualitätsbewusst und von ihrem Selbstverständnis her weltoffen, kommunikativ und schon in jungen Jahren sehr mobil und international orientiert – eine Traumzielgruppe. Wir produzieren ein einmaliges Sammlerstück, bei einer Auflage von 60.000 Stück rechnen wir realistisch mit 300.000 Lesern. International vergleichbare Titel sind mir keine bekannt.

HORIZONT: Was sind heute die wichtigsten Themen der Pfadfinder? Inwiefern haben sich diese in der 100-jährigen Geschichte geändert?

Weber: Es ging und geht der Pfadfinderbewegung darum, junge Menschen zu motivieren, für sich selbst und die Gemeinschaft Verantwortung zu übernehmen. Oder, um einen der acht Schwerpunkte zu nennen: um die Bereitschaft zum Abenteuer des Lebens. Natürlich hat sich da einiges

geändert. Zu Beginn gab es auch nur die Boy-Scouts. Mittlerweile gibt es in Österreich in etwa gleich viele weibliche und männliche Pfadfinder. Nach dem Zweiten Weltkrieg – die Pfadfinder waren am Tag nach dem Einmarsch der Nazis verboten, die Pfadfinderheime von der Hitlerjugend enteignet worden, 300 jüdische Pfadfinderführer emigrierten binnen weniger Tage – wurden die Pfadfinder vor allem von den britischen und amerikanischen Besatzern gefördert, um die Demokratisierung voranzutreiben. 1951 fand in Bad Ischl das erste internationale Pfadfinder-Jamboree (friedliches Zusammentreffen aller Stämme) statt – außenpolitisch höchst symbolträchtig und relevant. Das Pfadfindergelände in Bad Ischl war eine exterritoriale Zone, auf das nicht einmal österreichische Feuerwehren oder die Polizei Zutritt hatten.

Die Pfadfinder haben die positiven Seiten der Globalisierung gelebt, lange bevor es diesen Terminus gab. In den siebziger und achtziger Jahren waren sie punkto Umweltbewusstsein und Behindertenintegration Vorreiter. Heute geht es unter anderem darum, Kindern und Jugendlichen eine ganzheitliche Lebenserfahrung zu ermöglichen. Anders als in Musikschulen oder beim Fußballspielen geht es nicht primär um Leistung, sondern darum, eigene Talente zu entdecken, Stärken und Schwächen akzeptieren zu lernen. Auf struktureller Ebene sehen sich Pfadfinder als starke Pressure-Group für weltweite Kinder- und Jugendrechte.

HORIZONT: Wie beurteilen sie das öffentliche Interesse an den Aktivitäten und Anliegen der Pfadfindergemeinschaft?

Weber: Es ist enorm, wobei der runde Geburtstag natürlich als Ausnahmesituation anzusehen ist. Dass die Pfadfinder in Österreich medial in den vergangenen zwei Monaten derart präsent waren, hat aber sicher auch damit zu tun, dass sie es sich geleistet haben, mit Mischa Bahringer eine Nichtpfadfinderin zur Bundesgeschäftsführerin zu machen. Mit ihrem Blick von außen hat sie die Bewegung in Österreich weitergebracht. Vieles, was für langjährige Pfadfinder selbstverständlich und nicht der Rede wert ist, hat sie als verblüffend und besonders erkannt – und PR-technisch hinausgetragen. Etwa, dass bei den Pfadfindern die Hälfte aller ehren-

amtlich aktiven Kinder- und Jugendbetreuer Männer sind.

HORIZONT: Konnten Sie bereits Kooperationspartner, Sponsoren von Skills mit an Bord holen?

Weber: Unser wichtigster Partner sind klarerweise die Pfadfinderinnen und Pfadfinder Österreich (PPO), die uns mit ihrem Know-how und ihrem weit verzweigten Netzwerk unterstützen. Mit einigen namhaften internationalen Kunden sind wir gerade dabei, umfangreiche Sponsoringpakete zu schnüren, die speziell an die Pfadfindercommunity adressiert sind, an Bord ist beispielsweise Raiffeisen. Von Vorteil ist dabei, was wir anfangs gar nicht wussten, dass es in Österreich bei einigen großen Markenartiklern auf Entscheidungsebene ehemalige Pfadfinder gibt. Denen braucht man die Pfadfinderei nicht erklären. Sie wissen um die besondere Zielgruppe und die Einmaligkeit dieses Magazinprojekts und die Chance, sich nachhaltig und glaubwürdig in diesem Segment zu positionieren, Bescheid.

HORIZONT: Inwiefern soll Skills zu Austausch und Zusammenarbeit mit internationalen Pfadfinderorganisationen beitragen?

Weber: Primär geht es uns darum, ein Magazin zu schaffen, das für aktive Pfadfinder ebenso interessant und lesenswert ist wie für ehemalige Pfadfinder und Sympathisanten beziehungsweise hilfreich für Eltern, die über die Pfadfinderei bislang wenig wissen, aber eine sinnvolle ganzheitliche Freizeitbeschäftigung für ihre Heranwachsenden suchen. Wider Erwarten ist der USP der Pfadfinder nicht unmittelbar das Natur- und Outdoorerlebnis, sondern die geringere Wahrscheinlichkeit, dass Kinder und Jugendliche mit den falschen Freunden in Verbindung kommen. Wir wollen auch pfadfinderintern die große Vielfalt der Bewegung demonstrieren – wobei das Interesse an Skills auch aus dem Ausland groß ist. Durchaus wahrscheinlich, dass wir uns entschließen, das Magazin künftig jährlich oder zweimal jährlich herauszubringen. Das hundertste Jahr ist aber definitiv einmalig und ein Magazin in dieser monumentalen Aufarbeitung sicher nicht zu wiederholen.

Das Interview mit Skills-Herausgeber Thomas Weber führte HORIZONT-Redakteur Clemens Coudenhove.



Monopol-Verlag-Geschäftsführer Thomas Weber will mit Skills auf die Aktivitäten und Anliegen der Pfadfinder in Österreich aufmerksam machen.

Arbeiten!

Das CCA-Jahrbuch 2007 erhältlich zum Preis von **€39,90** unter www.faltershop.at oder www.creativclub.at sowie im guten Buchhandel.



Das neunundzwanzigste Jahrbuch des Creativ Club Austria

100 Jahre Pfadfinderei

Anlässlich des Jubiläums „100 Jahre Pfadfinder“ produziert der Wiener Verlag Monopol Medien gemeinsam mit den Pfadfindern und Pfadfinderinnen Österreichs (www.ppo.e.at) das Hochglanzmagazin Skills, das in einem Umfang von 160 Seiten am 22. Oktober erscheinen wird. Die Auflage beträgt 60.000 Exemplare. Konzipiert wird Skills von Monopol-Geschäftsführer und The Gap-He-rausgeber Tho-

mas Weber. Dem Redaktionsteam gehören unter anderem Tarek Leitner (ORF), Corinna Milborn (Format) oder Thomas Prlic (ORF) an. Österreichweiter Vertriebspartner ist Morawa. Eine 1/1-Seite in 4C kostet mit 4.800 Euro. Sämtliche Mediadaten sind über www.monopol.at abzurufen.



So ähnlich könnte das am 24. Oktober erscheinende Pfadfindermagazin Skills aus dem Monopol Verlag aussehen.