

Interview: Corinna Mühlhausen

„Intensiveres Erleben von Zeit“



Corinna Mühlhausen ist Leiterin der Trend- und Zukunftsforschung beim Trendbüro Fritz Classen in Hamburg

Immer mehr Onlineportale wie „I like Blogs“ oder „PS.Welt“ starten eigene gedruckte Magazine. Wie bewerten Sie den Trend: Reicht Online allein nicht mehr aus, um Aufmerksamkeit zu erzielen?

Corinna Mühlhausen Das Fortschreiten der Netzwerk-ökonomie zeigt: Online wird in Zukunft immer wichtiger. Als blitzschneller und blitzgescheiter Informations- und Vertriebskanal mit tollen Möglichkeiten des Austauschs und Verlinkens. Der Weg zurück in den Druck ist der vitale Gegentrend dazu. Gedruckte Magazine erfüllen gänzlich andere Bedürfnisse als die Onlineportale: Sie bestechen durch Haptik, Optik und ein intensiveres Erleben von Zeit.

Worin sehen Sie die Vorteile von Print?

Mühlhausen Längst schon wachsen beide Formate zusammen: durch smarte Vernetzungen mittels Tags

springen wir ohne Verzögerung von Print zu Online. Doch auch die Printvariante bietet Vorteile. Das Blättern und Versinken in gedruckten Magazinen wird zu ganz anderen Gelegenheiten wahrgenommen als das Lesen von Onlinemagazinen.

Was bedeutet der Trend, sich auf Print quasi zu verewigen, fürs Verlagsportfolio?

Mühlhausen Die Onlineformate bilden ganz klar eine Konkurrenz im Kampf um Aufmerksamkeit und Budget der Leser. In Zukunft muss für jedes Produkt immer wieder neu geprüft werden, welche Bedürfnisse der Leser damit zu erfüllen versucht – und mit welchem Format diesen am ehesten entsprochen werden kann: mit einer gedruckten Variante, einem Onlineportal oder einer Mischung aus beidem.