

# VERY SPECIAL INTEREST

Die heimische Verlagsszene beherbergt wahre Exoten. bestseller hat fünf Beispiele zusammengetragen – und das Fachwissen der Chefredakteure abgefragt.

Lassen Sie sich überraschen! Von: Tatjana Kerschbaumer

## INTERVIEW MIT MARKUS HUBER

Chefredakteur *Fleisch*

**Herr Huber, schon mal wie ein Schnitzel gefreut?**

Nur, wenn es auch den Horizont erweitert hat.

**Und mit wem hatten Sie zuletzt richtig Beef?**

Mit einem Türstock, der einfach nicht vertikal genug war.

**Dabei geht es bei *Fleisch* ja gar nicht um Fleisch. Was hat ein Lifestyle-Magazin mit Steak und Co. zu schaffen?**

Nichts.



**Es gibt auch ein deutsches *Fleisch*Magazin, eine Fachzeitschrift für die Fleischwirtschaft. Bereits verwechselt worden?**

Am häufigsten verwechselt werden wir mit dem flämischen Magazin *Fleisz*. Das freut uns, weil in den vergangenen Jahren kein anderes Magazin, das sich fast ausschließlich mit Nabelschau beschäftigt, so für Furore gesorgt hat. In Flandern, ganz Belgien und auch international. Wer dieses Magazin kennt, versteht die Gegenwart wieder ein Stückchen mehr. Die Kollegen machen etwas, das es so bisher noch nicht gab, das optisch, textlich und inhaltlich Grenzen sprengt und trotzdem

nicht ins Kunstprojekt abdriftet, sondern lesbar bleibt. Es unterhält, es informiert und es fühlt sich insgesamt sehr gut an. Mit *Fleisz* verwechselt zu werden, ist einfach nur großartig.



## FLEISCH

**PREIS** 5 Euro (Abo in Österreich: 6 Ausgaben um 25 Euro)  
**ERSCHEINUNGSWEISE** vierteljährlich  
**VERLAG** Fleisch Verlag GmbH  
**AUFLAGE** 10.000–14.000 Stück (variabel)

*Fleisch* startete als Hobbyprojekt von Journalisten, die hauptberuflich eigentlich bei anderen Zeitungen und Magazinen in Lohn und Fleisch – pardon: Brot – standen. Chefredakteur Markus Huber arbeitete für den Berliner *Tagesspiegel*, andere Kollegen verdienten ihr Geld bei *profil* oder *trend*. Seit 2004 gibt es *Fleisch* als Heft und eigenständige Marke; die Macher sind mittlerweile auch ins Corporate-Publishing-Geschäft eingestiegen und arbeiten unter anderem für die Rewe-Gruppe oder die OMV.

**„Fleisch-Leser sind sexy“ – steht auf ihrer Website. Macht *Fleisch* sexy? Wenn ja – wie viel davon muss ich essen oder lesen?**

In einer unabhängigen und repräsentativen Studie wurde festgestellt, dass 90 Prozent unserer Leser bereits im ersten Kontakt mit *Fleisch* eine Veränderung dessen bemerken, wie sie von anderen wahrgenommen werden. Und auch von sich selbst.

**Gretchenfrage: Wie viele Vegetarier arbeiten in Ihrer Redaktion?** Momentan keiner.

**Kohle-, Gas- oder Elektrogrill?**

Gasgrill, und zwar ausschließlich Qualitätsprodukte der OMV.

## INTERVIEW MIT JAKOB ROSENBERG

Chefredakteur *ballesterer*

**Herr Rosenberg, wann sind Sie zum letzten Mal übel gefoult worden?**

Besonders übel war es nicht – und ehrlich gesagt vielleicht auch mehr ein Revanchefoul. Ich habe vor ein paar Wochen in unserer Medienrubrik den wahnsinnig schlechten Kommentar eines Kollegen von einer Wiener Stadtzeitung kritisiert. Daraufhin hat mir der Kollege ein paar Trollmails geschickt.

**Würden Sie im Alltag gern mal die rote Karte ziehen? Wann?**

Ich glaube nicht. Das würde ja folgenlos bleiben, ich mich also nur zum Kasperl machen.

**Wenn Sie die Wahl haben: eher Schwalbe oder eher Blutgrätsche?**

Die populistische Antwort wäre wohl die Blutgrätsche, weil das ja mit so einem unbedingten Siegeswillen konnotiert ist. Ohne Rücksicht auf Verluste kämpfen und so weiter. Der Schwalbe haftet eher so etwas wie Betrug an. Die ehrliche Antwort wäre wohl: Ich nehme beides, wenn es meinem Team nutzt. Passiert es gegen mein Team, rege ich mich über beides wahnsinnig auf.

**Wie viele Kickertische stehen eigentlich in der *ballesterer*-Redaktion?**

Derzeit leider kein einziger. Wir hatten mal einen ganz kleinen, den aber auch nicht ausreichend genutzt.

**Ich bin eine totale Null am Kickertisch. Können Sie mir einen Profitipp geben, wie ich beim nächsten Mal wenigstens ein einziges Tor schieße?**

Von Profiverhältnissen bin ich leider weit entfernt, ich kann also nur mit Lokaltipps dienen. Am besten die anderen die Arbeit machen lassen und im Angriff einfach gut blocken.

**Ist ein gutes Magazin wie ein guter Pass?**

Na ja, da ist die Frage, was ein guter Pass ist. Wenn er nicht nur dazu da ist, Tore aufzulegen, sondern manchmal einfach nur die Schönheit des Spiels demonstriert, selbst wenn das unmittelbare Ziel, der Torerfolg, nicht unbedingt erreicht wird, dann würde ich mich freuen, wenn der *ballesterer* so ähnlich wäre.

**Wenn Sie von der Arbeit beim *ballesterer* nach Hause kommen: Sehnen Sie sich dann nach einem guten Tennismatch im Fernsehen? Oder läuft da auch Fußball?**

Es müsste schon viel passieren, damit ich mir freiwillig ein Tennisspiel anschauen würde. Fußball läuft aber privat eigentlich auch nur, wenn meine Herzensvereine spielen. Sonst komme ich auch ganz gut ohne Sport aus.

**Sie müssen sich entscheiden: Entweder lebenslang nie mehr Fußball schauen – oder nie mehr selbst spielen. Was wählen Sie?**

Wenn ich meinen Job behalten will, hätte ich da eh keine Wahl. Ich bin aber froh, dass ich die Entscheidung nicht treffen muss und derzeit noch beides geht. Irgendwann beendet der Körper die hypothetische Diskussion dann eh – also ein weiteres Argument fürs Schauen.



## BALLESTERER MAGAZIN ZUR OFFENSIVEN ERWEITERUNG DES FUSSBALLHORIZONTS

**PREIS** 5,50 Euro am Kiosk, 4,40 Euro im Abo und 3,30 Euro im Treue-Abo.

Auslandsabo: 55 Euro/10 Ausgaben

**ERSCHEINUNGSWEISE** zehnmal jährlich (Pausen im Jänner und Juni)

**VERLAG** Ballesterer Zeitschriftenverlag GmbH

**AUFLAGE** 20.000 Stück

Die erste Ausgabe des *ballesterer* heftete sein Gründer und Erfinder Reinhard Krennhuber noch im Wiener Copyshop zusammen, um sie anschließend auf Fußballplätzen zu verkaufen. Das war im Jahr 2000, Krennhuber selbst noch Kommunikationswissenschaftsstudent und der *ballesterer* so etwas wie eine Seminararbeit. „Kritische und hintergründige Berichterstattung zum Fußballbetrieb“ war das Ziel, das bis 2008 mehr oder weniger regelmäßig verfolgt wurde. Seitdem gibt es den *ballesterer* zehnmal jährlich – er verschwindet nur im Jänner und im Juni in der Kabine, wenn die Spieler es auch tun.





## FANGFRISCH DAS ERSTE ANGLERMAGAZIN IN ÖSTERREICH

**PREIS** 5,50 Euro (32 Euro im Abo)

**ERSCHEINUNGSWEISE** alle zwei Monate

**VERLAG** Österreichischer Agrarverlag Druck und Verlagsgesellschaft mbH Nfg KG

**AUFLAGE** 20.000 Stück

Seit Februar 2017 erscheint *Fangfrisch* als Anglermagazin – und darf sich damit genau genommen noch nicht einmal zu den Backfischen zählen. Gründer und Chefredakteur Michael Plakolb hat sich mit seiner Zeitschrift trotzdem einen Lebensraum erfüllt: Schon als Zwölfjähriger wünschte er sich ein eigenes, österreichisches Anglermagazin – denn Fischgründe in Kärnten und Tirol kommen im deutschen *Blinker* seiner Meinung nach viel zu kurz. Bisherige Magazinversuche von Kollegen scheiterten – jetzt will Plakolb die 200.000 aktiven österreichischen Angler vom Markt fischen.

## INTERVIEW MIT MICHAEL PLAKOLB Chefredakteur *Fangfrisch*

**Hallo, Herr Plakolb. Ich bin ein Fisch. Wie ködern Sie mich?**

Mit Ehrlichkeit, Sympathie und Authentizität. Ich kommuniziere auch sehr gerne und möchte Sie mit meiner Faszination zum Fischen in den Bann ziehen.

**Und wie ködern Sie mich als Leser?**

Mit authentischen Geschichten und Reportagen zum Fischen in Österreich. Österreich bietet so viele interessante Themen rund um unser Lieblingshobby. Das Land wird nicht zu Unrecht als Wasserschloss Europas bezeichnet. Den rund 200.000 aktiven österreichischen Fischern und Gastanglern stehen glasklare Flüsse, Seen, Bäche und zahlreiche Teichanlagen zur Verfügung. Statistisch betrachtet sind es mehr als 100.000 Kilometer Fließ- und Stillgewässer. *Fangfrisch* befasst sich mit sämtlichen Aspekten dieser Passion: neue Fang- und Gerätetechniken, Porträts, Urlaubs-, Reise- und Fangberichte. In verschiedenen Sonderthemen wie Kulinarik und Gastronomie wird auch das Lebensmittel „heimischer Fisch“ behandelt. Und dabei kommt keines der neun Bundesländer zu kurz!

**Wen oder was haben Sie derzeit noch an der Angel – außer mir?**

Als Angler hat man meistens mehrere Ruten ausgelegt. Das ist auch nötig, weil ich bei *Fangfrisch* auch für Anzeigenkunden zuständig bin. Viele reißen sich vom Haken, andere muss man mit leckeren Ködern neu bezirzen. Meinen besten Fang habe ich sicherlich mit meiner Frau gemacht. Die hängt Gott sei Dank noch fest am Haken!

**Welcher Fisch wären Sie gerne?**

Ich gehe zwar gerne baden und schwimmen, aber ich bleibe lieber ein Mensch, angle die Fische und verpeise sie.

**Welche Anglertrophäen hängen eigentlich in Ihrem Büro?**

Keine. Die liegen im Keller und stauben vor sich hin.

Als Jungfischer musste ich unbedingt auch meine ersten großen Fische präparieren. Heute ist es mir tausendmal lieber, wenn sie wieder zurück ins Wasser kommen und weiterleben. Trophäen sind jetzt Fische aus Glas, Stein und Metall.

**Schon mal schwarz gefischt – privat oder beruflich?**

Eigentlich kann ich da ganz beruhigt mit Nein antworten. Ich bin ein zu ängstlicher und korrekter Mensch, als dass ich mich das trauen würde. Außerdem gibt es saftige Strafen dafür.

**Was ist Ihnen lieber: ein dicker Fisch oder ein kleiner Fisch?**

Für mich ist jeder Fisch etwas Besonderes und verdient unseren Respekt und schonenden Umgang. Ich habe alle Fische gern – auch die in meinem Aquarium. ▶



## LANDJÄGER THINK LOCAL, WRITE GLOBAL

PREIS 6 Euro (Abo in Österreich:  
6 Euro plus Versand)

ERSCHEINUNGSWEISE

unregelmäßig. Ziel: zweimal jährlich

VERLAG Verein Landjäger Magazin

AUFLAGE 5.000–10.000 Stück (variabel)

Der *Landjäger* ist eine echte Kneipengeburt aus dem Bregenzerwald. Eine Gruppe Freunde um Chefgestal-

ter Christian Feurstein hob das Magazin in der Kino-Bar Tritsch aus der Taufe. Zu seinem Namen kam das Magazin tatsächlich durch die Eigenschaften der kantigen Wurst: „Ein Landjäger ist etwas, was man hier in Vorarlberg immer im Kühlschrank hat, weil er hält und schmeckt. Genau so sollte es auch mit unserem Magazin sein.“

Mit dem Anspruch „Think local, write global“ will die Redaktion Geschichten aus dem nächsten Umfeld (laut Definition: Landjäger) für möglichst viele Leser (laut Definition: Fleischesser weltweit) interessant machen.



## INTERVIEW MIT MICHAELA BILGERI Chefredakteurin *Landjäger*

Frau Bilgeri, wie viele *Landjäger* tummeln sich gerade im Redaktionskühlschrank? Und wie schnell sind die weg?

Am Anfang gehen die *Landjäger* mit den Abos und bei der Release-Party recht schnell weg. So in etwa 250 Stück der vergangenen Ausgaben haben wir aber noch gut abgehangen auf Lager.



**Auf Ihrer Homepage steht: „Die Wurst ist ein Netzwerkprodukt.“ Was gehört in eine gute Print-Wurst und was in eine essbare Wurst?**

In eine gute Print-Wurst gehören wie in eine essbare vor allem gute Ingredienzien. In unserem Fall sind das Kreative aus den verschiedensten Bereichen, die sich mit Ideen, Fotos, Illustrationen und Musik einbringen. Das Ergebnis ist dann in beiden Fällen trocken, hart und köstlich.

**Wenn Sie sich entscheiden müssten: eher „Land“ oder eher „Jäger“?**

Wir sind auf der Jagd nach guten Geschichten. Ob die am Land oder in der Stadt stattfinden, ist uns eigentlich ganz gleich. Wir verstehen Magazin auch nicht nur als Printprodukt, deswegen erzählen wir unsere Geschichten auch in Sonderausgaben wie Spielkarten, Hörspielen, T-Shirts oder in den Kürzestfilm-Festspielen, die seit vier Jahren stattfinden. Die sind als Sonderausgabe zu unserer „Konzentrat“-Ausgabe entstanden.

**Titelthemen wie „Konzentrat“ und „Trinken“ haben Sie schon behandelt. Wann traut sich der *Landjäger* ans „Vegan“-Heft?**

Wir trauen uns prinzipiell alles (oha!). Interessant muss es halt sein.

**„Vegan“: Ginge das überhaupt – unter diesem fleischigen Magazinnamen? Logo.**



Das *Bananenblatt* wurde Ende 2010 aus der Not geboren: Damals gab es in Österreich keine regelmäßig erscheinende Satirezeitschrift. Clemens Ettenauer und seine Frau Katja, die heute Chefredakteurin ist, wollten das nicht so stehen lassen: „Uns lag Humor schon immer sehr am Herzen.“ Deshalb entsteht seit sieben Jahren in Wien ein wilder Mix aus Cartoons, extra schlecht gephotoshopten Grumpy-Cat-Covern und Themen, die sogar Fabelwesen entzaubern – Stichwort: Einhorn-Hype. Den Dreimonatsrhythmus versuchen die Ettenauers aufrechtzuerhalten, auch wenn sie vor Kurzem Eltern geworden sind und das *Bananenblatt* deshalb hinter dem Nachwuchs zurückstehen muss. Andererseits hat das Magazin selbst große Pläne, wie das Impressum verrät: „Wenn es groß ist, will es Politiker in einer Regierungspartei sein.“

## BANANENBLATT DAS MAGAZIN DER KOMISCHEN KÜNSTE

PREIS 4,99 Euro

(Abo in Österreich: 14,99 Euro)

ERSCHEINUNGSWEISE vierteljährlich

VERLAG Komische Künste

Verlagsgesellschaft m. b. H.

AUFLAGE 15.000 Stück

## INTERVIEW MIT KATJA ETTEAUER Chefredakteurin *Bananenblatt*

Frau Ettenauer, erzählen Sie uns den besten Witz, den Sie kennen.

Vielleicht nicht grad der beste Witz aller Zeiten, aber trotzdem mein Lieblingswitz: Ein Pferd kommt in eine Bar. Der Barkeeper fragt es: „Warum so ein langes Gesicht?“ ...

**Und jetzt den schlechtesten.**

Mann und Frau essen zu Mittag. Die Frau bekleckert sich von oben bis unten und meint: „Schau mich an, ich schau aus wie ein Schwein.“ Darauf der Mann: „Stimmt. Und angepatzt hast dich auch.“

**Sie kennen doch bestimmt auch einen Bananenwitz.**

**Passend zum Namen Ihres Magazins.**

Nein, leider. Ich habe jetzt extra danach gegoogelt und festgestellt: Es gibt sogar welche, aber ich möchte lieber keinen davon wiedergeben ...

**Worüber können Sie gar nicht lachen?**

Über Witze auf Kosten anderer.



**Wenn Sie eine Karikatur wären – wie würden Sie aussehen?**

Wie eine dicke Tinker Bell.

**Eher Georg Kreisler oder Loriot?**  
Georg Kreisler. ■