

LeadAcademy: Zeitungen setzen Zeitschriften unter Zugzwang

- **„Beef“, „Hohe Luft“ und „Zeit Magazin International“ als „LeadMagazin des Jahres“ nominiert**
- **„Zeit Magazin“ mit 25 Nominierungen in den beiden Hauptkategorien „Zeitschriften“ und „Fotografie“ vorn**
- **Alle nominierten Arbeiten ab 25. September in der Ausstellung VISUALLEADER 2015 in den Hamburger Deichtorhallen**

Die LeadAcademy gibt die Nominierungen für die Kategorien „Zeitschriften“, „Online“ und „Fotografie“ bekannt. In der Hauptkategorie „LeadMagazin des Jahres“ wurden nominiert: „Beef“ (Gruner + Jahr), „Hohe Luft“ (Inspiring Network) und „Zeit Magazin International“ (Zeitverlag).

„Hohe Luft“ ist ein brillant gemachtes philosophisches Heft. Ein Vorreiter, der frühzeitig den Bedarf einer tiefgehenden Auseinandersetzung mit dem Alltag erkannt hat. Das „Zeit Magazin International“, ein Spin-off der Extraklasse, zeigt, wie aus einem kreativen deutschen Musterschüler ein internationales Glossy-Magazin wird, das sich mit den großen amerikanischen Magazinen messen kann. Die „Beef“-Macher haben frühzeitig ein potentialreiches Nischen-Segment erkannt und auf höchstem Niveau besetzt. „Beef“ beherrscht alle Aspekte des Blattmachens perfekt - über Headline, Bildgestaltung, Text, Design, Faktengenauigkeit, Recherche und Originalität.

Die Sichtung der Beiträge für die diesjährigen LeadAwards haben gezeigt, dass Zeitungen die Zeitschriften zunehmend unter Zugzwang setzen: „Bei den Magazinen“, so Markus Peichl, Vorsitzender der LeadAcademy und der LeadAwards-Jury, „gab es eine hohe Dichte an herausragenden Arbeiten. Der kreative Output ist noch einmal gesteigert worden. Trotzdem haben die Zeitungen noch mehr zugelegt und den Abstand zu den Magazinen erneut verkleinert. Was vor ein paar Jahren noch ein Experiment war, ist heute selbstverständlich. Zeitungen trauen sich was, schließen immer stärker zu den Magazinen auf und setzen diese unter einen Zugzwang, der auch gut tut.“

Die Magazine werden ihrer Rolle als Impulsgeber aber nach wie vor gerecht wie die deutsch-arabische Ausgabe des „Zeit Magazin“ zeigt, die ein Thema zu einem Zeitpunkt aufgegriffen hat, als die Tagespresse sich noch nicht in diesem Maße damit beschäftigt hat. Als weiteres Beispiel nennt Peichl den „Spiegel“-Beitrag „Die letzten Zeugen“. Der Titel zeige, dass das Magazin einen formal neuen und emotionaleren Ansatz gefunden hat. Peichl: „Wenn sich Magazine auf diese Formate einlassen, sind sie zukunftsfähig.“

Als Newcomer des Jahres sind „Bilanz“ (Axel Springer), „MC1R“ (MC1R) und „Wired“ (Condé Nast) nominiert.

Peichl: „Die Welt‘ definiert sich zusehends nicht mehr nur über das Hauptblatt, sondern über ein ganzes Orchester von Magazin-Beilagen, aus dem ‚Bilanz‘ hervorsticht. Man bekommt ein fundiertes Wirtschaftsmagazin in einer ausgesprochen zeitgemäßen Gestaltung und Herangehensweise. So macht Wirtschaft wieder Freude.“ Das originelle Magazinprojekt „MC1R“ zeugt von hoher

blattmacherischer Kompetenz und belegt, dass die Nische in Print noch Zukunft hat. Konzept des Heftes: Es beschäftigt sich ausschließlich mit dem Thema „Rothaarig“. „Wired“, einst als Beilage in „GQ“ gestartet, stellt unter Beweis, dass man auch ein junges Publikum mit Magazinen begeistern kann und macht vor, wie man durch das Internet eine zusätzliche Bedeutung erreichen sowie die Netzästhetik auf Print übertragen kann.

In der Hauptkategorie Online fiel vor allem die große Fülle an spannenden Webfeatures auf. Peichl: „Wir haben großartige journalistische Beiträge und großartige konzeptionelle Ideen gesehen. Man erkennt, dass sich das Internet emanzipiert und zum eigenen Kreativmedium entwickelt. Die Netzmacher zeigen ein hohes Maß an Selbstverständlichkeit bei der Umsetzung von Themen. Dazu zählen beispielsweise das interaktive Feature ‚Angst‘ von ‚Welt Online‘ über den Umgang mit Phobien, das digitale Archiv ‚Conserve the Sound‘ oder die interaktive Online-Reportage ‚Do Not Track‘ von Arte und Bayerischer Rundfunk, die den Datenmissbrauch für die Nutzer unmittelbar erlebbar macht.“

In der Kategorie „Independent des Jahres“ wurden unter anderem netzpolitik.org, das Kunstmagazin „Spike“ und das „Greenpeace Magazin“ nominiert.

Die LeadAwards stehen für ein einzigartiges Jurierungsverfahren. Es gibt keine Einreichungen. Die diesjährigen Nominierungen sind aus einer dreimonatigen Sichtungsphase und fünf abschließenden Jurysitzungen mit insgesamt 122 Experten aus der Kommunikations- und Medienbranche hervorgegangen.

Alle nominierten Arbeiten werden ab Freitag, 25. September 2015 neun Wochen lang im Haus der Photographie in den Hamburger Deichtorhallen, Deichtorstraße 1–2, 20095 Hamburg gezeigt. Die Ausstellung findet in diesem Jahr bereits zum 13. Mal statt und zählt mit rund 40.000 Besuchern zu den meistbesuchten Schauen dieser Art in Europa.

Mitte Oktober 2015 gibt die LeadAcademy bekannt, welche Nominierten von der Jury für eine Medaille vorgesehen sind und welche eine reguläre Auszeichnung erhalten. **Bei der LeadAwards-Verleihung am 29. Oktober 2015** werden schließlich die Gold-Gewinner bekannt gegeben. Nachdem die Verleihung im letzten Jahr wegen Renovierungsarbeiten in die Markthalle umziehen musste, findet sie in diesem Jahr wieder an ihrem angestammten Platz in der großen nördlichen Deichtorhalle Hamburg statt.

Alle nominierten Arbeiten und Abbildungsmaterial finden Sie im Anhang.

Für Rückfragen:

Eva Wienke
0171/6022019
eva.wienke@t-online.de