

*PERSOENLICH: Väter arbeiten und verbringen Zeit mit der Familie. Haben Sie einmal Freizeit, so lesen sie die Zeitung, ein Buch, eine Automobil-, Musikzeitschrift oder den Playboy. Warum denken Sie, dass für Männer überhaupt der Bedarf an einem Vätermagazin besteht?*

Christian Kaiser: Das scheint mir ein bisschen ein angestaubtes Männerbild zu sein. Laut einer Studie von Pro Familia möchten 90 Prozent der befragten Väter mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen, wollen also engagierte Väter sein. Die sind dann sicher auch gern bereit, sich bei der Lektüre eines Vätermagazins inspirieren zu lassen, wie sie ihre Familienzeit lustvoller und erlebnisreicher gestalten können. Statt den Playboy zu lesen.

*Warum machen Sie nicht einfach ein Männermagazin, das als ein Aspekt Vaterschaft behandelt? Erfolgreiche Frauenmagazine mit diesem Konzept gibt es ja einige.*

Die Geschichte der Männermagazine ist ja ein einziges Debakel. Alle grossen Verlage im deutschsprachigen Raum haben es irgendwann mal versucht, die meisten sind grandios gescheitert. Den Durchschnittsmann, der sich für Designerschuhe, Klamotten, Aktentaschen und Promiklatsch interessiert, den gibt es ja nicht (bei Frauen ist das offenbar etwas einfacher...). Je nach Vorliebe vertieft man sich lieber in ein Computer-, Motorsport- oder Politmagazin, da haben Sie schon recht.

Männer sind halt eher die Indianertypen, die sich einem bestimmten Stamm zugehörig fühlen: dem der Sportlichen, dem der Technik-Freaks, dem der erfolgreichen Geschäftsleute, dem der Intellektuellen oder dem der Buezer, dem der Alternativen oder der Kultur-Interessierten usw. Und selbst innerhalb dieser Stämme können noch Welten liegen, im Sinne von: Sage mir, ob und welchen Sport du treibst, welchen Fussballclub du unterstützt oder welche Musik du hörst, und ich sage dir, wer du bist...

Aber eins verbindet (fast) alle Männer in der Schweiz: Sie sind gern Väter, wenn sie es geworden sind. Sehr sogar! Die gemeinsame Schnittmenge bei einem Vätermagazin dürfte also deutlich grösser sein als bei einem «Men's Health» oder einem «GQ».

BIG SPICK gehört aber nicht in die Kategorie der Männermagazine - wenn, dann sollte es mit den gängigen

Elternmagazinen verglichen werden. Und die sind ja vornehmlich von Frauen für Frauen gemacht. Ich kenne jedenfalls keinen Vater, der solche Elternmagazine aufmerksam liest und dazu steht - obwohl die meisten Väter sagen würden, dass ihre Elternschaft für sie ein zentrales Lebensthema darstellt.

*Gibt es schon vergleichbare Vätermagazine mit Erfolg? Gibt es Vorbilder für Big Spick?*

Innovationen entstehen nicht, indem man sich an Vorbildern orientiert, sondern indem man etwas radikal Neues wagt und damit selbst zum Vorbild wird. Verleger Max Künzler hat mit der Lancierung von BIG SPICK diesen Wagemut bewiesen.

Meines Wissens gibt es im gesamten deutschsprachigen Raum nichts Vergleichbares - ganz im Gegensatz zum angelsächsischen Raum, wo Vätermagazine eine lange Tradition haben. Wir haben uns aber nicht an diesen Produkten orientiert sondern wollten von Grund auf etwas Neues konzipieren, mit viel Schweizbezug.

M.E. haben die deutschsprachigen Zeitschriftenverlage das Zielpublikum der engagierten Väter einfach noch nicht entdeckt. Ganz im Unterschied zum Büchermarkt, wo regelmässig neue Bücher mit Titeln wie "mit Lust und Liebe Vater sein" oder "Väter - eine moderne Heldengeschichte" aufgelegt werden. Auch die wachsende Zahl von Väter-Blogs im Internet zeigt die Relevanz der Thematik.

Aber natürlich orientiert sich BIG SPICK auch an den zentralen Markenwerten des SPICK, der in diesem Jahr 30 geworden ist: schlaue Information gepaart mit Witz, Spiel und Originalität. Die erste SPICK-Leser-Generation hat heute ja eigene Kinder, und die erinnern sie an ihre eigene Kindheit mit dem SPICK.

*Könnte BIG SPICK auch für Nicht-Väter interessant sein?*

Ja sicher! Ich denke da an Männer, die sich die Frage der Vaterschaft überlegen, dann aber auch an Grossväter und Göttis, die für ihre Enkel und Göttikinder präsent sein wollen. Und natürlich möchten wir auch alle Mütter ansprechen, die sich wünschen, dass die Väter nicht nur (geistig oder physisch abwesende) Feierabend- und Wochenendpapas sind, sondern sich für die Beziehung zu ihren Kindern ins Zeug legen. Von diesen Müttern gibt es ja zum Glück eine ganze Menge!

*Was ist Ihr Themenfokus?*

BIG SPICK geht der Frage nach, was Kinder von ihren Vätern brauchen und bietet haufenweise Anregungen, wie man die Zeit mit seinen Kindern, spielerisch, lustvoll und kreativ gestalten kann. BIG SPICK soll auch Antworten darauf geben, wie man seine Rolle als Mann und Vater modern gestalten kann. Da gibt es ja einiges an Orientierungsbedarf, wie unser Interview mit dem Philosophen Dieter Thomä zeigt.