

**Text: Pascal Görtz**

**Pascal Görtz**, Jahrgang 1976, ist Chefredakteur von DRAN NEXT. Zuvor war der Theaterwissenschaftler Redakteur bei jesus.de im Bundes-Verlag.

**Dran Next**

„Dran Next“ ist eine Zeitschrift von jungen Erwachsenen für Leser jeden Alters. Wie sieht Ihre Redaktion aus und woher nehmen Sie Ihre Inspiration?“

Als Redaktion suchen wir unsere Inspiration in jungen, beweglichen Lebenswelten. Das Magazin entsteht mit einem – sagen wir mal – sehr ambitionierten Personalschlüssel. Für die redaktionelle Seite stehen ein Redakteur, eine halbe Assistentin, eine Jahrespraktikantin – und ein Netzwerk ehrenamtlicher Freier Mitarbeiter. Deshalb lebt das Magazin in besonders hohem Maße von seinem Netzwerk im Land, das sich in Zeiten von Sozialen Netzwerken deutlich intensiver pflegen lässt als in analogen Tagen. Wir haben uns eine Umgebung geschaffen, in der wir uns gegenseitig inspirieren, auf Trends aufmerksam machen, Projekte absprechen. Natürlich guckt man auch links und rechts, was die Konkurrenz macht. Auch das ist ein schöner Ansporn.

Warum haben Sie erst vor kurzem Ihr Design überarbeitet? Das veränderte Design ist nur die Spitze des Eisbergs: Mit dem Relaunch im Herbst haben wir das Magazin von Grund auf neu positioniert, was sich auch in den Rubriken und Serien widerspiegelt. Es wirkt jetzt deutlich aufgeräumter, erwachsener, ambitionierter. Man könnte auch sagen: Man sieht jetzt auf den ersten Blick, dass sich das Lesen lohnen könnte.

- Ihre Zielgruppe definieren Sie als die Generation „dazwischen“, also unentschiedene junge Menschen im Aufbruch. Worauf muss man in der Kommunikation achten, um diese auch als Leser zu gewinnen? Zuallererst muss ich sie ernst nehmen. Das verbietet jede Art von Bevormundung oder Überheblichkeit, vor allem in Glaubensfragen. Selbst der Glaube ist nur eine Option unter vielen, auch wenn wir überzeugt sind, in Jesus gute Lebenslinien gefunden zu haben. Meine Überzeugungen muss in dem Bewusstsein aufs Papier bringen, dass sie nicht zwangsläufig die meines Gegenübers sind. Wir bemühen uns deshalb um Augenhöhe, lassen junge Autoren zu Wort kommen, die aus der Mitte des Lebensgefühls heraus schreiben können. Gleichzeitig wünsche ich mir Autoren, die für etwas stehen. Die wissen, wohin sie wollen und die Lebensaufgabe annehmen, ihren Glauben an der Lebenswirklichkeit durchzudeklinieren. Das Ziel sind mündige Entscheidungen für Wege, die uns andere im Glauben vorausgegangen sind.

- „Dran Next“ tritt unter dem Motto „Magazin zum Selberglauben“ auf. Das klingt sehr undogmatisch. Wie ist die Resonanz zu dieser Positionierung?

Der Claim „Magazin zum Selberglauben“ ist als Plädoyer für einen eigenen, nicht bloß übernommenen Glauben zu verstehen. Wir suchen Überzeugungstäter. Er wäre missverstanden, wenn man ihn als Aufforderung zur Beliebigkeit auslegt. Auf den Claim selbst gibt es bislang keine Resonanz, aber der „Geist“ des Magazins wird verstanden. Wir kauen nichts vor, was dann einfach nur noch geschluckt werden

muss. Das Kauen ist ein beachtlicher Teil des Glaubensweges.

Fehlt der allgemeinen Bistumspresse ehrliche Offenheit und Modernität?  
Was kritisieren Sie an anderen kirchlichen Magazinen?

Kritik an der kirchlichen Medienlandschaft steht mir sicher nicht zu. Über die Qualität und „Modernität“ eines Magazins entscheiden letztlich die Leser: Wenn sie ein Heft abbestellen, müssen die Gründe dafür auf den Tisch kommen, damit die Redaktionen von ihren Lesern lernen. Wir sind in der bequemen Lage, dass unser Verlag von Zeitschriftenmachern verantwortet wird und kirchenpolitische Erwägungen selten eine Rolle spielen. Gerade in Veränderungsprozessen – und die sind bei sinkenden Auflagen unvermeidlich – ist Flexibilität ein strategischer Vorteil.

- Wo sehen Sie in Zeiten von Blogs, Social Media und E-Books die Vorteile einer gedruckten Zeitschrift?

So digital die Welt auch geworden ist: Die Zeitschrift hat sich ihren eigenen Charme bewahrt. Sie ist endlich, im positiven Sinne begrenzt von zwei Pappdeckeln. Da passt dann auch nur Relevantes rein: Eine vorgedachte Auswahl an Stimmen, gemacht von Menschen, die für ihren Inspirationsfaktor bezahlt werden und deshalb für Qualität stehen. Ein Magazin kann sich meiner Aufmerksamkeit sicher sein und umgekehrt. Daraus resultieren tragfähige Magazin-Leser-Bindungen. In flüchtigen Zeiten wie diesen ist dieser Faktor nicht zu unterschätzen.

Letztlich geht es aber zuerst um Inhalte, nicht um Mediengrenzen.

NACH OBEN



---

[ÜBERSICHT](#) | [EDITORIAL](#) | [TITELSTORY](#) | [INTERVIEW](#) | [STATEMENTS](#) | [ÜBER DIE AUTOREN](#)

   