

LESELUST

Die Zeitschrift, die mehr als ein Buch ist.

Das Konzept

■ Wer liest, genießt. Denn Bücher sind emotional. Sie fesseln, sie klären auf, sie verführen, sie berühren, sie entspannen, sie inspirieren.

Eine Zeitschrift über Bücher sollte also viel mehr bieten als nackte Informationen sowie das Aneinanderreihen von Neuheiten und Autorenportraits. Eine Zeitschrift über Bücher sollte das vermitteln, was Bücher so aufregend machen: **Lesefreude, Lesespaß, Leselust**. Aber diese Emotionalität wird sich nicht einstellen, wenn man etwas **über Bücher lesen** sondern erst dann, wenn man gleich **Bücher lesen** kann. Oder zumindest einen guten Teil davon.

LESELUST stellt in jeder Ausgabe 5 umfangreiche, aktuelle Leseproben vor. Bei einem Umfang von 80 Heftseiten entspricht dies praktisch einem Buch mit 200 Seiten. LESELUST ist also **die Zeitschrift, die mehr als ein Buch ist**.

■ Natürlich behandelt LESELUST zusätzlich auch Bücher in Kurzform. Aber Mittelpunkt des Heftkonzepts ist immer die Präsentation ganz besonderer Bücher - sei es ein berührender Roman, ein spannender Krimi, das fotografisch anspruchsvolle Gartenbuch, das raffinierte Kochbuch oder ein witzig-kreativer Bildband. Aber natürlich kommen auch Autoren, Verlage und neue Medien rund um das Buch nicht zu kurz. Und ganz besondere Rubriken.

■ *Lesen ist Kultur*. „Kinder, die gerne lesen, haben Erfolg in der Schule¹“. LESELUST wird daher einen Nachwuchsautoren-Preis initiieren. Und mit „Nachwuchs“ meint LESELUST auch Nachwuchs, denn der Preis soll – gemeinsam mit einem Sponsoren, dem Lesen ein ebenso großes Anliegen ist - in der Altersgruppe der 10- bis 15 Jährigen verliehen werden. Anlässlich der Leipziger Buchmesse und angemessen dotiert.

■ *Der Leselust-Dialog*. Autoren sprechen üblicherweise über ihre Bücher mit ihrem Publikum. Selten weiß man daher, wie sie wirklich denken und wie sie alltägliche Dinge erleben. LESELUST wird einen renommierten Autor mit bekannten Showstars, Sportlern, Politikern oder Schauspielern zu einem Zwiegespräch zusammen bringen. Und dann wird über alles Mögliche gesprochen - nur eben wenig bis gar nicht über Bücher. So erfährt man sicher Ungewöhnliches, nicht nur vom Autor.

■ Ein *verkaufsförderndes Highlight* wird die in jeder Ausgabe beigelegte Hörbuch-CD sein. Damit das Heft nicht nur für die Augen, sondern auch für die Ohren ein Genuss wird.

¹ Stiftung Lesen Studie: Lesesozialisation von Kindern in der Familie (2009)

LESELUST

Die Zeitschrift, die mehr als ein Buch ist.

Die Zielgruppe

LESELUST will als Kern-Zielgruppe² Frauen erreichen, die „**gern bis sehr gern Bücher lesen**“. Das allein entspricht einem Kern-Potential von 7,6 Mio. Frauen.

Über das Kernpotential hinaus spricht LESELUST aber auch Männer sowie jüngere und ältere Buchleser an, weil diese Zielgruppen nicht dramatisch vom Durchschnitt der gerne lesenden deutschen Bevölkerung abweichen, so dass der weiteste Leserkreis wesentlich größer einzuschätzen ist.

Weitere spannende Fakten:

Fast jeder zweite Deutsche interessiert sich „leidenschaftlich“ für Bücher und das Bücherlesen. Vor allem die Frauen mit 58 Prozent sind in dieser Hinsicht Spitzenreiter, während es bei den Altersklassen kaum Unterschiede gibt. Dies ist ein Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Umfrage³ vom April 2008.

Diese Leidenschaft basiert auf Eigenschaften wie „Lesen entspannt“ (24% alle Befragten, 30% der Frauen), „...bildet“ (23% alle Befragten, 30% der Männer), „...macht einfach Spaß“ (21% alle Befragten, 28% der Frauen) und „...unterhält“ (20% alle Befragten, 23% der Männer).

Bücher werden von 17 Prozent der Befragten (21% der Frauen) „fast täglich“ gelesen. Ein beliebter Zeitpunkt ist auch „Abends im Bett, immer so ein bisschen vorm Einschlafen“ (22%). Und von 13 Prozent natürlich im Urlaub. Oder immer dann, „wenn es ein Buch gibt, das mich stark interessiert“ (26%)

² Quelle: VA 2007

³ Quelle: Online-Umfrage der Schaefer market research GmbH, repräsentativ in der Altersgruppe 18-55 in der BRD (vgl. Mikrozensus 2005), 17. Woche, 1.007 Befragte.

LESELUST

Die Zeitschrift, die mehr als ein Buch ist.

Die Eckdaten

Erscheinungstermin:	Mitte September 2011 (Ausgabe 3 • Oktober/November)
Copypreis:	EUR 6,00
Format:	Magazinformat (210 x 270)
Heftung:	Klebebindung
Umschlag:	200g/qm Bilderdruck
Inhalt:	90g/qm glänzend LWC
Druck:	4/4c Skala Rollenoffset
Umfang:	ca. 164 Seiten
Erscheinungsweise:	4x im Jahr (Leipzig, Sommer, Frankfurt, Weihnachten)
Distribution:	Ausgewähltes Grosso, Bahnhofsbuchhandel und Buchgeschäfte
Druckauflage:	16 TEx.
Anzeigenformate:	1/1 Seite: Breite 210 x Höhe 270 1/2 Seite: Breite 210 x Höhe 135
Anzeigenpreis:	€ 4.000 (1/1 Seite 4c), abzgl. AE-Provision, zzgl. MwSt. € 2.500 (1/2 Seite 4c), abzgl. AE-Provision, zzgl. MwSt.
Anzeigenschluss:	15. August 2011