

Bereit für was Neues?

Am 10. November 2016 sind in ganz Europa Menschen aufgewacht, haben ihr Smartphone entsperrt und ihre Notifications gelesen: “Donald Trump wird der nächste Präsident der USA.” Für viele absolut unvorstellbar. Aber spätestens seitdem, steht das Unvorstellbare auf der Tagesordnung: Völkermord in Myanmar, aussichtslose Revolutionen in Sudan und Peru, Proteste ohne Aussicht in Hong Kong, Bolsonaro (!), Waldbrände im Amazonas und in Australien und in diesem Moment erklärt die WHO internationalen Gesundheitsnotstand wegen des Coronavirus. Sieht man sich dagegen im Vorbeilaufen die Magazine am Kiosk an, merkt man davon nichts. Lachende Gesichter, deren größtes Problem noch immer der perfekte Beach-Body zu sein scheint. Währenddessen bleibt einem nach dem Blick auf das Smartphone oft nur ein entkräftigtes Fluchen übrig:

“FUCK!”

Uns lässt das Gefühl nicht los, dass wir irgendwo, irgendwann, irgendwas falsch gemacht haben. Und jetzt blickt niemand mehr durch. Das wollen wir ändern!¹

FUCK! ist ein neues, junges Magazin. Es ist für alle, die nicht mehr weiter wissen, aber eigentlich gerne mehr wüssten. Es ist ein Magazin für Millennials, eine Generation, die schon lange erwachsen sein müsste, sich aber nicht so fühlt. Millennials sind meinungsstark, gebildet, divers und globalisiert wie keine Generation zuvor.² Gleichzeitig wissen viele nicht wohin mit ihrer Energie. Das Durchschnittsalter der Parteimitglieder in Deutschland liegt teilweise bei 60 Jahren (die Grünen sind mit 49 Jahren noch die Jüngsten).³

Diese Millennials wollen wir ansprechen. Nicht weil wir in ihnen eine Zielgruppe für nachhaltige Socken und Zahnbürsten aus Bambus sehen, sondern weil wir ihre Ängste und Sorgen teilen. Wir selbst sind diese Zielgruppe. FUCK! ist ein Magazin von uns für uns. Der einzige Unterschied zwischen den Macher*innen und den Leser*innen ist, dass wir bei uns Journalist*innen versammeln, die Zeit, Wissen und Expertise haben, um zu versuchen etwas Klarheit zu schaffen. Wir behaupten nicht, dass wir die Lösungen haben, aber wir glauben, dass wir gemeinsam nach ihnen suchen können. Mit konstruktivem und verständlichem Journalismus, diversen Perspektiven und viel Reflexion.

Wir sind klar politisch, aber parteilos. Wir dürfen uns auch mal untereinander nicht einig sein. Vor allem aber, sind wir transparent.⁴ Ironisch aber niemals zynisch.

¹ <https://www.vox.com/2014/7/14/5891765/millennials-incoherent-politics-libertarians>

² Stella M. Rouse and Ashley D. Ross. The Politics of Millennials: Political Beliefs and Policy Preferences of America's Most Diverse Generation. press.umich.edu/9526877/politics_of_millennials

³ <http://bit.ly/2u7mqs6>

⁴ Nach Umfragen gibt es kaum einen “Wert” der Millennials so sehr vereint, wie der Wunsch nach Transparenz: <http://bit.ly/2RGFre4>

“FUCK! fashionable coolness”

Der Inhalt von FUCK! zeigt, dass es uns nicht egal ist, was mit der Welt passiert. Und dass es das niemals sein darf. Wir sind uns nicht mehr zu cool, um uns zu kümmern.

In FUCK! liest man alles über **Kultur, Politik und Gesellschaft**. Hier gibt es Geschichten über das Insektensterben in Deutschland und Proteste im Sudan.

Ein treibender Faktor des Journalismus in FUCK! ist das Narrativ: Wir glauben, dass man die Welt über persönliche Geschichten besser verstehen kann. Gleichzeitig sind sie ein Antidot gegen die eigene Isolierung und Anonymisierung anderer Menschen, insbesondere derer, die unter globalen Herrschaftsstrukturen leiden. Eine Story über die Proteste in Hong Kong würde zum Beispiel vom Alltag Studierender ausgehen, zwischen Protesten und Uni, um dann die politische Situation zwischen Hong Kong und China zu erläutern.

Wir glauben an die Existenz einer Aufmerksamkeitsspanne über fünf Minuten. Man muss es nur richtig machen. In diesem Sinne soll jede Ausgabe aus einer Mischung von langen (auch mal sehr langen, wenn es das Thema hergibt oder erfordert) und kürzeren Texten bestehen. Für jede Situation soll es etwas geben. Inhalte sind gemischt Deutsch und auch mal Englisch. Damit wollen wir sowohl Reichweite als auch Autori*innen ausweiten. Außerdem entspricht das ganz einfach dem Sprachalltag von uns und unserer Zielgruppe.

Als Autor*innen suchen wir uns junge und spannende Leute, die aber auch journalistisch was auf dem Kasten haben. Einfach nur eine gute Meinung haben, ist uns nicht genug. Außerdem sind unsere Autor*innen paritätisch besetzt. (Mindestens!)

Grafisch ist das Magazin stilvoll, aber schlicht. Unser Hauptaugenmerk liegt auf dem Text, gestützt von Infografiken, Zeichnungen und Fotos. Dabei wollen wir vor allem jungen Künstler*innen mit unserem Heft auch eine (bezahlte!) Veröffentlichungsplattform geben.

Grundsätzlich wollen wir uns in der gesamten Gestaltung viel Freiraum lassen und uns überlegen, was man anders machen könnte. Herkömmliches hinterfragen ist unsere Devise. **Zum Beispiel:** Unsere erste Ausgabe wird in einer biologisch abbaubaren Plastikverpackung ausgeliefert, wie es mittlerweile üblich ist. Allerdings wollen wir direkt auf diese Verpackung einen Text über die Waldrodung in Madagascar abdrucken – ein Faktor für diese ist der Anbau von Mais, der dann in der Produktion von biologisch abbaubarem Plastik verwendet wird. Der Text kann dann direkt auf der Verpackung gedruckt werden. Das grundsätzliche Format sind die in Magazinen recht verbreiteten Dimensionen von 21 mal 28 cm. Gedruckt wird auf Ökopapier – aber mit gutem Gewicht, damit es sich doch ein wenig hochwertiger anfühlt.

Unser Tonfall ist angemessen. Wozu auch immer. Wir sind informell, aber nicht respektlos. Da kann man mal klingen wie auf Twitter, oder wie im Feuilleton der FAZ.

Wenn das Internet eins geschafft hat, ist es Kommunikation informell zu machen. Wir finden es unsinnig, wenn Zeitschriften und Magazine nicht unsere Sprache sprechen. Das heißt aber genausowenig, dass wir uns an irgendjemanden anbieten wollen, wir wollen einfach wir selbst sein können.

Markt und Kapital

Auch wir wissen, dass wir in einem kapitalistischen System sind und darin funktionieren müssen. Utopien lassen wir zuhause, uns interessiert das Machbare. Also muss auch unser Magazin sich Gedanken darüber machen, wie wo was, und wer das überhaupt zahlen soll.

Finanzierung

Wir finanzieren uns aus einer Mischung aus Crowdfunding, dem Verkauf selbst und Anzeigenwerbung. Wie erwähnt sind wir in allen Punkten um absolute Transparenz bemüht. Insbesondere was die Anzeigenwerbung betrifft. Anzeigen sollen einen Anteil von 15% nie übersteigen.

Wir meinen es ernst mit unserem Inhalt und unserer Botschaft. Das wollen wir auch selbst leben. Deshalb:

... machen wir unsere gesamte Finanzwirtschaft transparent. Jede*r soll sehen dürfen, wie viele eine Story, eine Recherche, ein Aufnahmegerät gekostet hat. Guter Journalismus kostet Geld – wir glauben, dass wir so mehr Bewusstsein dafür schaffen können.

... bieten wir gestaffelte Preise an. Unser Magazin kostet im Durchschnitt (und im Laden) €10. Wer sich das nicht leisten kann, kann auch einen niedrigeren Preis von €5 bezahlen. Wer sich mehr leisten kann, wir dazu angehalten auch mehr bezahlen. Außerdem werden alle Artikel nach und nach auch auf unserer Website (fuckmag.xyz) veröffentlicht. Ohne Paywall. Wir glauben Zugang zu Informationen ist ein Menschenrecht.

... kann man Stories direkt bezahlen. Auf unserer Website werden ein paar Themen angeboten, die wir auf dem Schirm haben und gerne umsetzen würden. Wenn jemand eines davon besonders gut findet, kann sie das Thema gerne mit einer freiwilligen Spende direkt finanzieren.

Marktsegment

Unsere größte Konkurrenz ist kein anderes Magazin, sondern der Newsfeed. Wir wollen mit der Zeit konkurrieren, die man sonst am Scrollen und am Geschichten oberflächlich lesen wäre. Im Regal sind wir zwischen Missy, Zitty, Exberliner und da wo früher SPEX und Juice waren (RIP).

Veröffentlichung

FUCK! wird unregelmäßig veröffentlicht. Wir sind uns bewusst, dass wir uns keine feste Redaktion leisten werden können. Stattdessen lassen wir unser Magazin vom

Inhalt diktieren. Und das ist fertig, wenn es fertig ist. So wie wir unseren Leser*innen Zeit lassen wollen, zu lesen, wollen wir uns selbst Zeit lassen zu schreiben, zu gestalten, Fehler zu machen, und ein gutes Ergebnis zu schaffen. Wir peilen eine Ausgabe alle fünf bis sechs Monate an.