

præview

Konzept der Zeitschrift præview

Zielgruppe und Marktnische

Es gibt im Bereich Prävention und Arbeitsgestaltung wissenschaftlich orientierte Fachzeitschriften, journalistische Zeitschriften für den Massenmarkt und dazwischen die Eigenzeitschriften von Krankenkassen und Berufsgenossenschaften, die aber stark handlungs- und weniger forschungsorientiert sind.

Eine populäre Zeitschrift für praxisorientierte Forscher und forschungsorientierte Praktiker existiert nicht. Auch das Bundesforschungsministerium mit seinen Förderschwerpunkten in den Bereichen Arbeitsgestaltung und Prävention sieht hier Bedarf und fordert seine Projektnehmer auf, praxisorientiert zu publizieren. Hierfür existiert jedoch keine Plattform.

Diese Lücke will die Zeitschrift præview schließen.

Zielgruppen

1. Die Zeitschrift wendet sich auf der einen Seite an die Scientific Community „Arbeitsgestaltung und Prävention“ (koordiniert durch das BMBF und den DLR-Projekträger Arbeitsgestaltung und Dienstleistungen). Diese Community umfasst ca. 1.000 Forscher und Praktiker aus ganz Deutschland. Durch schnelle Veröffentlichung auch von Zwischenergebnissen und Ideen soll Austausch gefördert werden.
2. Die Community erhält so eine Plattform zur Veröffentlichung, d.h. die Zielgruppe sind auch die Autoren selbst, die Nutzen aus der Veröffentlichung ziehen.
3. Die Zeitschrift soll – von Aufmachung und Headlines – auch interessierte Praktiker ansprechen. Sie soll insbesondere durch die Autoren genutzt werden können, die in ihren Praxiskontakten mit praxisnahen Veröffentlichungen werben wollen.

Charakter

1. Mittleres Sprachniveau: Die Community und die Praxis sollen die Artikel unmittelbar verstehen können.
2. Kurze Beiträge: Die Artikel sollen schnell zum Punkt kommen und Ergebnisse/Ideen pointieren. Möglichst eine Idee pro Artikel, keine komplizierten Analysen, sondern Aussagen/Thesen, die Implikationen für Praxis und Forschung haben.

3. Schnelligkeit: Die Zeitschrift soll ermöglichen Zwischenergebnisse, Konzepte und Ideen zu veröffentlichen, bevor sie „kalt“ geworden sind.
4. Werbecharakter für die Autoren: Die Zeitschrift soll optisch einen guten Eindruck machen, damit sie von den Autoren als Werbemaßnahme verteilt werden kann.
5. Kontroversität: Die Zeitschrift soll bewusst nicht nur eine Meinung vertreten. Die Rubrik „prävokation“ schafft Platz für provozierende, diskussionsanregende Beiträge.
6. Zukunftsorientierung: Die Beiträge sollen innovative Ideen bringen (die durchaus noch nicht ausgereift sein müssen), Probleme der Zukunft beschreiben.
7. Schwerpunkthefte sollen als Plattform für Projekttransfer oder als Werbeplattform für Dienstleister dienen. D.h., die Projekte sollen ganze Ausgaben schwerpunktmäßig gestalten können (für den Projekttransfer) und übernehmen damit auch die Distribution.
8. Kolumnen: Es sollen perspektivisch verschiedene Kolumnen eingerichtet werden: Aktuelles, Veranstaltungen, Forschungsbedarfe, Trends, Kurzberichte, Praxisbeispiele, Kommentare von Praktikern und Wissenschaftlern, Provokationskolumne usw. Es soll Platz geschaffen werden auch für kleinere bis kleinste Beiträge, wenn diese eine interessante Idee darstellen.

Review

Da die Zeitschrift schnell und schlank sein soll, wird auf ein formales Review verzichtet. Beiträge werden vom Herausgeberkreis angenommen oder abgelehnt. Das bedeutet, dass auch der Herausgeberkreis schlank gehalten wird.

Distribution

Die Zeitschrift ist so angelegt, dass sie den Autoren nützt (als Werbung gegenüber der Praxis, als Beleg für Transfer und Nachhaltigkeit gegenüber dem Projektförderer).

Die Distribution in Forschung und Praxis erfolgt aktuell durch die Autoren, die hohe Stückzahlen (jeweils 100) ordern und in der Community und in Unternehmen als Werbeträger verteilen.

Nach den Erfahrungen der ersten Ausgaben wird Kontakt zu einem Verlag aufgenommen.

Auflage

Die ersten beiden Ausgaben der Zeitschrift haben einen Umfang von 24 bzw. 28 Seiten. Verkaufspreis 10€.

Geplant war eine Auflage von 500 Exemplaren. Aufgrund der bereits eingegangenen Vorbestellungen durch die Autoren wird die Auflage voraussichtlich auf 700 erhöht.

Fazit:

Die Zeitschrift ist ein professionelles Transfermedium für praxisnahe wissenschaftliche Ergebnisse. Sie zielt nicht auf den Käufermarkt, sondern bietet Autoren und Projekten eine Plattform zur Veröffentlichung, die es bislang so nicht gibt.