

Das Leben nutzen mit „carpe diem“

Das Red Bull Media House Publishing erweitert seine Familie um ein neues Printmagazin samt Onlineportal.

••• Von Nadja Riahi

WIEN. „Wir haben alle zwei Leben. Das zweite beginnt in dem Moment, in dem wir erkennen, dass wir nur eines haben.“ Mit diesen Worten beginnt das Magazin *carpe diem*, das neueste Familienmitglied des Red Bull Media House Publishing. Das Konzept ist simpel und einprägsam: „Zeit für ein gutes Leben“.

carpe diem widmet sich vier bestimmten Säulen des Lebens: Ernährung, Bewegung, Bewusstsein und Erholung. Als fünfte Säule, die still mitschwingt, definieren die Gestalter von *carpe diem* die Gemeinschaft, die das Leben insgesamt voller machen soll. Neben dem Printmagazin wird *carpe diem* als neue Medienmarke durch tägliche Blogs, einen Podcast, Social Media-Auftritte und Newsletter ergänzt.

Die Freuden des Lebens

Präsentiert wurde das Magazin am 4. Juni im MAK in Wien. Neben der Vorstellung der neuen *carpe diem*-Philosophie zeigte Kampfsportweltmeister Ronny Kokert Übungen vor, die Körper und Geist vereinen sollen. „Bei der inneren Kraft spielt besonders der Atem eine essenzielle Rolle. Er bringt uns ins Hier und Jetzt“, sagt Kokert.

carpe diem soll Freude machen. Es soll um all jene Dinge gehen, die wir im stressigen Arbeitsalltag oft vernachlässigen. „Dabei erheben wir niemals den Zeigefinger, um unseren Lesern zu sagen, was sie müssen oder lassen sollen. Hier darfst und kannst du das tun, was du



© Katharina Schiffl (2)

Mit Teamarbeit

Global Head of Media Sales im Red Bull Media House, Gerhard Riedler, *carpe diem*-Chefredakteurin Sylvia Steinitz, stv. Chefredakteurin *carpe diem*, Nicole Kolisch, und Herausgeber und CEO des Red Bull Media House Publishing, Andreas Kornhofer, v.l.

willst“, sagt *carpe diem*-Chefredakteurin Sylvia Steinitz. „Wir möchten unsere Leser aktiv mitgestalten lassen. Deswegen wird jeden Freitag ein Newsletter ausgeschildet, in dem Leser ihre Lieblingsthemen für andere Leser vorstellen können“, erzählt die stellvertretende Chefredakteurin, die unter anderem auch das Online-Portal carpediem.life leitet.

Inspiration zum Anhören

carpe diem erscheint sechs Mal jährlich im Umfang von 156 Seiten in einer Auflage von 200.000 Stück. Gedruckt wird auf nachhaltig produziertem Papier. In der ersten Ausgabe geht es unter anderem um die Wirkung des Waldes, um gesunde Ernährung und um das Thema Lachen.

Mit einem eigenen Podcast, der alle zwei Wochen erscheint, springt *carpe diem* auch auf den aktuellen Audio-Trend auf. „Wir

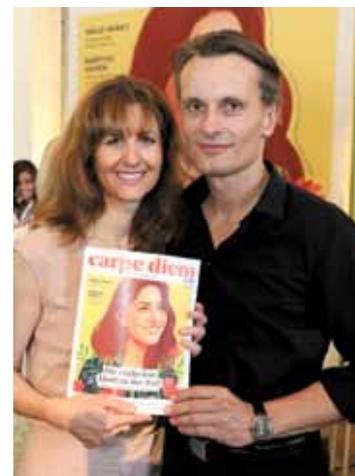
fragen inspirierende Menschen in unserem Podcast, was für sie ein gutes Leben ausmacht. Dafür nehmen wir uns viel Zeit“, sagt Podcast-Host Daniela Zeller. Zusätzlich gibt es jedes Gespräch auch in „Cappuccino-Länge“ zum Reinhören.

Kooperationspartner

Um mit dem neuen Printmagazin bestmöglich durchzustarten, hat das Red Bull Media House Publishing auch in der Vertriebsstrategie einen neuen Weg eingeschlagen: „Wir haben in dem Versicherungsunternehmen Uniqa einen Kooperationspartner gefunden“, sagt Gerhard Riedler, Global Head of Media Sales im Red Bull Media House.

Durch diese Zusammenarbeit werden neben der Kiosk- und Abo-Distribution 150.000 Exemplare des Magazins über die Uniqa verbreitet. „Unseren Partner Uniqa und uns verbindet

eine gemeinsame Mission und ein gemeinsames Ziel: relevante Beiträge zu leisten, um möglichst viele Menschen zu inspirieren, wie sie noch besser auf sich und ihre Gesundheit achten können“, erklärt Andreas Kornhofer, Herausgeber und CEO des Red Bull Media House Publishing.



Daniela Zeller und Ronny Kokert.