

SPOTLIGHT VERLAG ÜBERARBEITET MAGAZINE Relaunch für Spotlight und Spot on

Zwei auf einen Streich: Der Spotlight Verlag renoviert seine Magazine Spotlight und Spot on. Mit den Januarausgaben, die am 16.12.09 im Handel erscheinen, zeigen sich Mutter- und Tochterblatt im neuen Gewand.



Den Pitch um das Englischmagazin Spotlight entschied die Agentur Vor-Zeichen für sich. Optisch präsentieren die Münchner ein luftigeres Layout, ein modernisiertes Logo und die Schriftart Garamond. Inhaltlich setzt die Redaktion ab Januar verstärkt auf Kulturthemen und kürzere Textelemente mit kleinen Übungen. „Damit kommen wir der veränderten Mediennutzung und dem Wunsch der Leser nach kleinen Englisch-happen entgegen. So ermöglicht Spotlight schnelle Erfolgserlebnisse beim Erlernen der Weltsprache“, begründet Chefredakteurin Inez Sharp den Schritt. Ein Video zum Relaunch gibt es unter www.youtube.com/Spotlightonline sowie ab Montag, 14.12.09, auf www.facebook.com/Spotlight.



Für das neue Gewand des Jugendmagazins Spot on zeichnet Art Director Georg Lechner (BfGuK München) verantwortlich. Die Redaktion setzt auf ein frisches, ruhigeres Erscheinungsbild und baut die regelmäßigen Kolumnen im Heft aus. Chefredakteurin Judith Gilbert erklärt: „Mit dem aufgeräumten Look und erwachseneren Themen legen wir den Fokus gezielter auf unsere Kernzielgruppe, die 14- bis 18-jährigen Englischler.“

Die verbreitete Auflage von Spotlight liegt bei 86.803 Exemplaren, Spot on erzielt 33.596 Exemplare pro Monat. Davon sind 55.672 bzw. 23.801 Abonnements (IVW III/09).

Im Jahr 1981 legte der Spotlight Verlag den Grundstein für die Idee des Sprachmagazins: Reportagen und Interviews im O-Ton der jeweiligen Landessprache, kombiniert mit Vokabelangaben. Heute ist das Portfolio auf sieben Titel angewachsen. Das Medienunternehmen ist Teil der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck. Mehr unter www.spotlight-verlag.de oder via www.twitter.com/spotlightverlag.