

## Connection Verlagsrundbrief 110, April 2013

Liebe Freunde von **connection**,

zu Beginn dieses kalten, verspäteten Frühlings, möchte ich hier einen neuen Begriff einführen, der hoffentlich weite Kreise ziehen wird, weil er zeitgemäß ist und ein Phänomen beschreibt, das sonst kaum angemessen beschrieben werden kann: **Popspiritualität**. Ich habe ihn dem Begriff der Popmusik entlehnt, die in den 50er Jahren aus einer Popularisierung und Kommerzialisierung der afroamerikanischen Musik entstanden ist.



Photo: Aniela Adams

### ***happinez und happy way***

Anlass und Gelegenheit darüber zu schreiben ist unter anderem der Erfolg der Zeitschrift *happinez* auf dem deutschen Markt und der gerade hierzu als "me too" Produkt erschienen *happy way*. *happinez* verkauft inzwischen mit jeder neuen Ausgabe weit über 100.000 Stück, *Happy Way* setzt in dieser von den Großen neu entdeckten – oder jetzt erst ernst genommenen – Zielgruppe nach mit *Happy Way*, das am 21. März mit einer Startauflage von 120.000 Stück auf den Markt ging. Als einer der ältesten und besten Kenner des Spiri-Zeitschriften-Marktes frage ich mich natürlich: Was passiert da – und warum gerade jetzt? Und versuche die Phänomene einzuordnen. Und löse das für mich – und vielleicht auch für meine Branchenkollegen und die anderen Neugierigen unter meinen Lesern – mit dem Begriff "Popspiritualität", für den es hoffentlich bald, ähnlich dem über "Popmusik" einen Wikipedia-Eintrag geben wird.

Das, worauf wir Vorläufer und Pioniere aus den avantgardistischen Randgruppen so lange gewartet haben, passiert jetzt: Spiritualität hat den Marsch durch die Institutionen angetreten. Eine spirituelle Praxis zu haben und ganzheitlich zu denken ist heute auch den etablierten "Trägern der Gesellschaft" kaum mehr peinlich, fast ist es schon chic. Das Thema hat den Mainstream erreicht, die Massen und die Massenmedien. Das zeigen auch die Veränderungen auf dem Zeitschriftenmarkt. Die Zeitschrift *happinez* ist in Holland inzwischen die pro Ausgabe meistverkaufte Frauenzeitschrift, und ihre deutsche Lizenz-Ausgabe ist für die Hamburger Bauer Verlag ein großer kommerzieller Erfolg. Vermutlich wird es *happinez* bald auch auf Französisch, Spanisch, Italienisch und Englisch geben, denn das Phänomen ist ein weltweites. *Happy Way* ist nur das Nachfolgeprodukt eines konkurrierenden Verlages (der Mediengruppe Klambt), das auch an diesem Boom teilnehmen will. Vielleicht gibt es bald auch *Happy Life* oder *Happy Spirit* oder *Spirit Today* oder Ähnliches, die Titelfindung ist in diesem Falle ja nicht so schwierig.

### ***bella luna***

Der Vollständigkeit halber möchte ich hier auch noch *bella luna* erwähnen. Monat für Monat schreibt mich deren Anzeigenleiter an, diesmal mit dem Hinweis, dass "vor dem Hintergrund unserer technisierten und komplexen Lebenswelt ... Millionen Deutsche nach spiritueller Erleuchtung suchen und das nicht in der Kirche, sondern bei esoterischen Ratgebern", und empfiehlt mir dann: "Nutzen Sie die positive Grundstimmung von *bella luna* für Ihre Werbung."

In gewisser Hinsicht positiv ist *bella luna* ja schon, da hat er nicht ganz unrecht, sie findet alles Esoterische und Paranormale irgendwie gut. Die Inhalte dort verhalten sich zur echten Spiritualität aber ungefähr so wie Pornografie zur Erotik. Beide Ansätze haben mit Sex zu tun und finden auch das Geile darin im Grunde gut, aber das eine möchte das Gieren danach aufrecht erhalten, weil es dem Anbieter nützt, das andere möchte das Phänomen (Sex und Liebe und unsere Sucht und

Sehnsucht danach) verstehen und genießen.

Übrigens kommt auch *bella luna*, ebenso wie *happinez*, aus dem Hamburger Bauer Imperium (Bauer Media Group) und wurde ebenfalls 2010 eingeführt, im gleichen Jahr wie *happinez*, als Lizenzproduktion einer Zeitschrift, die sich in einem anderen Land schon als erfolgreich erwiesen hatte (*happinez* in Holland, *bella luna* in Großbritannien). Der Bauer Verlag versucht damit also offenbar eine Breitbandstrategie: *happinez* ist edel und versucht das sogenannte "gehobene Segment" abzudecken, die überdurchschnittlich gebildeten und betuchten Frauen, *bella luna* hingegen die unteren Gehalts- und Bildungsschichten.

### **Aufbruch eines neuen Zeitalters?**

Soweit der Zeitschriftenmarkt. Aber wir sind ja nicht alle Verleger. Was bedeuten diese Veränderungen für uns hoffende Pioniere, uns Vorläufer einer neuen Welt, die doch mehr love&peace, mehr Liebe, Frieden, Toleranz, Herzlichkeit, Sinn und spirituelle Tiefe enthalten sollte, und weniger Kriege, Ausbeutung, Missbrauch, Grausamkeit und Naturzerstörung? Ist die lang ersehnte neue Zeit nun angebrochen, das Zeitalter des Wassermanns, der Erfolg der Friedensbewegung, Gegenkultur, der Ökos und Spiris? Nein, es ist fast nichts von dem passiert. Die Naturzerstörung geht weiter, ebenso die Kriege und die Ausbeutung. Das Finanzsystem ist in seinen Grundfesten erschüttert, der ernährungsindustrielle Komplex (Nestlé, Monsanto, MacDonalds usw.) hat uns fest im Griff. Die Menschen sind an ihren Arbeitsplätzen gestresst und burnout-gefährdet wie nie, haben mehrheitlich innerlich gekündigt und sind in ihren Familien und Liebesbeziehungen in einer Weise verunsichert, wie es wohl nicht mal nach dem Ersten Weltkrieg, in der Weltwirtschaftskrise von 1929 oder nach dem Zusammenbruch des Nazi-Reichs der Fall war, und das gilt für die chronischen Singles ebenso wie für die erleuchtungshungrigen spirituellen Sucher, die Therapiesüchtigen und Diätenthusiasten. Nein, es hat sich nicht realisiert, was wir uns von dem *dawn of the age of aquarius* einst erhofften.

### **Popspiritualität**

Was aber ist stattdessen passiert? Es hat sich ja zweifellos etwas bewegt, wenn auch offensichtlich nicht das, was wir uns wünschten. Mein Eindruck ist: Die Spiritualität ist auf ihrem Weg zur Mitte der Gesellschaft zur Popspiritualität geworden. Einen Großteil von dem, was diese Bewegung als Randgruppenphänomen ausmachte, hat sie behalten: ihre Themen, ihren Jargon und viele ihrer Formen. Aber sie hat dabei das Wichtigste verloren: ihre Essenz. Mit dem Anwachsen der spirituell interessierten Zielgruppe ist sie nun auch für die größeren Anbieter auf dem Markt interessant geworden und wird von denen zunehmend professionell und erfolgreich bedient mit für sie passenden Produkten: Ernährungs- und Pflegeprodukte (für die hauptsächlich weibliche Zielgruppe), aber auch Reisen und Wohnungseinrichtung für die spirituelle Frau von heute, Bücher und Seminare, vom Yoga-Ratgeber über das Wohlfühlwochenende an einem Kraftplatz bis zu schmückenden Amuletten und schamanischen Accessoires für den Hausaltar.

### **Spiritualität als Mode**

Wo ist bei alledem der Spirit geblieben? Er hat sich verflüchtigt. Wir nennen das, was da passiert und nun in viel größerem Maße auch immer normaleren Menschen angeboten wird, zwar noch "spirituell", aber es hat seinen Inhalt verloren, die Essenz. Es ist zur Mode geworden. Man tut das jetzt eben so, weil es auch die anderen tun: Man meditiert ein bisschen und geht zur Ayurveda-Kur, man macht Yoga und geht ins Fitness-Studio ("Der Körper ist der Tempel der Seele"), man liest Eckhart Tolle, Paulo Coelho und Louise Hay. Man hat einen Buddha im Wohnzimmer (früher hing dort der Gekreuzigte, und über dem Eingang stand "INRI"). Die Kleidung ist ein bisschen indischer geworden, nicht nur die Buchtitel im Regal über dem Sofa, man legt aromatische Düfte auf und spielt zum biologischen Kräutertee "Ode an die Sinnlichkeit" Musik von Keith Jarrett, Ravi

Shankar oder eine japanische Shakuachi. Alles das ist heute nicht mehr peinlich, nicht mehr Randgruppe, sondern chic und zeitgemäß.

## Verlust der Essenz

"Na und? Warum begrüßt du das nicht?", fragen mich meine Freunde. Doch, ich begrüße es. Einerseits. Krieg zu führen, Urwälder abzuholzen und Tiere zu quälen ist mit den so bewegten Kreisen zwar immer noch möglich, weil sie so passiv, so tolerant und akzeptierend ("Es ist, wie es ist") sind, aber es ist ein bisschen schwieriger geworden. Der Fleischkonsum ist in diesen Kreisen zurück gegangen, weltweit nimmt er allerdings noch immer krass zu, wogegen diese Kreise auch nichts unternehmen, es muss ja alles mit Wohlgefühl geschehen und nur, wenn "es stimmt" und die Zeit reif ist für das vom Universum gesteuerte Geschehen, dem wir uns alle so egolos hingeben wollen. Und ich mag diese neuen Lebensformen ja auch! Habe viele Jahrzehnte in diesen Szenen und Subkulturen gelebt und sie mit promotet. Und doch fehlt mir da bei ihren heutigen Nachahmern die Essenz. Dass aus Spiritualität Kommerz und Mode geworden ist, empfinde ich als Verlust. Für mich ist es der Verlust der Hoffnung auf eine wirklich neue Welt, auf die echte Revolution, den wirklichen Frieden, das tiefe Glück.

## Der Markt

Ich habe schon viel über diese Phänomene des kulturellen Wandels geschrieben und werde das weiter tun. Als Autor. Ich bin jedoch auch Verleger. Als Kleinverleger in einer Vorreiterrolle, der am Rand der Gesellschaft in innovativer Weise kulturelles Terrain eröffnet, bevor es groß genug ist, um von den großen Verlagen "bespielt" werden zu können, muss ich mich nun mit meiner Zeitschrift neu positionieren und mir selbstkritische Fragen stellen: Gibt es auch unter diesen Umständen noch immer einen ausreichend großen Markt für 84-seitiges Heft, das 9 € kostet, wenn nebenan die 146 Seiten starke *happinez* für 4.95 € liegt? Und für die, die noch weniger ausgeben wollen, *happy way*, mit ihren 124 Seiten für 3.80 €. Nun werden die Big Player sich diese Zielgruppe aneignen, die Pioniere der Randgruppen können, wenn überhaupt, nur noch in ihren Nischen existieren.

Die Reiki-Nische, die Ayurveda-Nische, die buddhistische und Sannyasin-Nische, sie werden bei einem guten Nischenmarketing weiterhin existieren können, wenn sie es schaffen, sich für ihre jeweiligen Zielgruppen als unentbehrlich zu zeigen, was vermutlich durch eine stärkere Profilbetonung, eine stärkere "Identitätsstiftung" geschehen wird, der "Alles ist eins" Philosophie quasi wie zum Trotz. Ähnliches gilt für die regionalen Anzeigenblätter, die kostenlos verteilt werden und immerhin auch einen gewissen redaktionellen Teil haben, der Bedürfnisse nach den kleinen Lesehappen für zwischendurch befriedigt. Schwieriger wird es für Zeitschriften die überregional agieren und sich nicht der Lagermentalität einer Reiki-, Ayurveda-, Engel- oder Lichtarbeiter-Zielgruppe ergeben wollen, sondern über den Tellerrand ihres jeweiligen sehr spezifischen Themengebietes hinausschauend spirituelle Themen im Sinne von "offene Weite, nichts von heilig" behandeln wollen. Die werden neben diesen Produkten der Big Player kaum bestehen können. Es sei denn man weicht dem durch Kommerzialisierung aus, wie etwa das Freiburger Magazin *New(s)age* es tut, wo kaum ein Text mehr frei von der Redaktion bestimmt ist, sondern fast alles den Interessen der Anzeigenkunden gehorcht.

## Die Gefahr

Was wird *Connection* auf diesem Marktplatz tun, den so viele als Haifischbecken bezeichnen? Wie werden wir uns da positionieren? Die *Osho-Times* hat ihre Abo-Gebühren vor kurzem drastisch erhöht (mit übrigens überwältigend positiver Resonanz von den meisten ihrer Leser). *EnlighenNext* erscheint seit einiger Zeit seltener, *Zeitgeist* schon lange nur noch unregelmäßig, die *Integralen Perspektiven* überlegen sich ein Erscheinen in Schwarzweiß (das spart Druckkosten)

oder nur noch als E-Reader. Die Abogebühren erhöhen möchte ich nicht, sondern lieber den Abostamm erweitern. Es müssen aber genug neue Abos hinzukommen, sonst funktioniert das nicht. Mindestens 150 müssen in den nächsten paar Wochen hinzukommen, sonst müssen auch wir uns die Frage stellen, ob ein Erscheinen nur noch als E-Reader vielleicht die bessere Wahl ist.

## Die Aktion

Ich habe mich deshalb entschlossen, auf [connection.de](http://connection.de) in den nächsten Tagen einen Nachrichtenticker zu installieren, der alle aufgrund unserer Aktion neu hinzukommenden Abos dort einträgt (nicht mit Namen, aber die Anzahl), abzüglich der in dieser Zeit eintreffenden Kündigungen (Abschiede sind ja nicht verboten). Meine Idee ist, dass diejenigen, die schon Abonnenten sind und die Qualitäten von *Connection Spirit* zu schätzen wissen, das in ihrem Freundeskreis und auf ihren Facebookseiten weitersagen und so für unsere Aktion werben. Wenn wir die Zahl von 150 Neu-Abos, abzüglich der in dieser Zeit eintreffenden Kündigungen in den kommenden Wochen nicht erreichen sollten, werden wir uns sehr einschneidend umstellen müssen. Am wahrscheinlichsten ist dann ein Erscheinen nur noch als E-Reader (für iPad, Kindle und die anderen).

## Connection Spirit macht Sinn

Hier noch einmal ein paar Gründe, warum ein Abo von *Connection Spirit* gerade jetzt das Richtige jetzt könnte – für dich selbst oder als Geschenk von dir an einem Menschen, den du schätzt:

- *Connection Spirit* ist die einzige überregionale spirituelle Zeitschrift auf Deutsch, die konsequent der Transzendenz verpflichtet ist und sich dabei nicht als Vertreterin eines bestimmten spirituellen oder heilerischen Lagers (einer Methode oder Person) versteht.
- Unsere Redaktion ist thematisch weit offen, grundsätzlich optimistisch, aber ohne Lobhudelei, sozial- und gesellschaftskritisch, politisch und ökologisch engagiert und im offenen Redaktionsteil unbestechlich unkommerziell (im Anzeigen- und Promotioenteil sind auch wir durchaus "käuflich").
- Alle zwei Monate die Textauswahl von *Connection Spirit* präsentiert zu bekommen erspart dem Leser die aufwändige Suche im Internet oder auch in den überall herumliegenden anderen Blättern nach "dem Wesentlichen", nach dem, worauf es ankommt. Wenn unser Heft dir nur eine halbe Stunde Suche erspart, hat sich beim einem Stundenlohn von 18 € die Investition von 9 € schon gelohnt.
- Der Preis für ein Jahresabo (47 €; nach Selbsteinschätzung bis auf 35 € reduzierbar) ist geringer als der für eine gute Coaching- oder Therapie-Sitzung und ist der Qualität einer solchen durch unser kontinuierliches Erscheinen (alle zwei Monate, sechsmal im Jahr) schon aus Gründen der Nachhaltigkeit weit überlegen. (Das eine schließt das andere natürlich nicht aus.)
- *Connection Spirit* ist optimal als spiritueller Begleiter für Menschen, die nicht von der Lagermentalität einer bestimmten weltanschaulichen Richtung eingelullt werden wollen. Sie kann einen Guru, Therapeuten und die Zugehörigkeit zu einer spezifischen spirituellen Gruppe ersetzen oder ergänzt diese durch ihre konsequent transzendente, kritische und selbstkritische Grundhaltung.
- *Connection Spirit* hat nichts gegen den Genuss und Konsum der oben beschriebenen Popspiritualität, aber sie geht tiefer. Sie ist wesentlich. Sie fördert die Integration der Schattenanteile und blinden Flecken im einzelnen, die sonst im "System" um diesen herum sichtbar würden, um ihn dann von dort aus zu belästigen.
- Das Editorial der oben erwähnten Zeitschrift *happy way* schließt mit den Worten "Spiritualität macht Spaß! Gehen Sie mit uns den *Happy Way!*" Nichts gegen Happiness – happy zu sein ist gut. Es gibt aber noch mehr im Leben als die akzeptierte Oberfläche der Spaßgesellschaft und ihre leicht verdaulichen Produkte. *Connection Spirit* bindet dich ein (*connecting*) ins Ganze, in dem

du auf deine ganz eigene Art einzigartig bist.

• Mir einem Abo von *Connection Spirit* unterstützt du ein Projekt, dass sich dem Trend zur Kommerzialisierung und Verflachung widersetzt. Selbst wenn du nur die Hälfte der dort enthaltenen Texte liest, unterstützt du mit deinem Abo ein Projekt, das sich, ähnlich wie *amnesty international*, *Greenpeace*, oder *Ärzte ohne Grenzen* in idealistischer Weise für hohe Ziele einsetzt, und das auf ehrenamtliche Unterstützung und die Spenden seiner Fans angewiesen ist. Wobei ich, wie gesagt, keine Spenden möchte, sondern Abos. Denn es lohnt sich, dieses Heft zu lesen. Mögen seine Inhalte und kritischen Kommentare heute noch mehr verbreitet werden als all die 28 Jahre davor. Jetzt erst recht!

Mit herzlichem Gruß

Wolf Schneider, Hrsg. von **connection**, [schneider@connection.de](mailto:schneider@connection.de)

P.S. **The Power of now**: Wer kurz entschlossen *jetzt* abonnieren (oder ein Abo verschenken) will, bitte eine Mail schicken an [vertrieb@connection.de](mailto:vertrieb@connection.de) (den Preis zwischen 35 € und 47/49 €) bestimmst du selbst)

## Veranstaltungshinweise

### Connection Frühlingsfest 2013

Unser Frühlingsfest findet dieses Jahr vom **9. bis 12. Mai 2013** statt, also wieder drei Tage lang, mit einem reichhaltigen Programm. Eintritt frei. Nur Übernachtung und Essen müssen gezahlt werden. Übernachtung: 16-28 €/Nacht. Essen: 30 €/Tag. Wir empfehlen frühzeitige Anmeldung, besonders im Falle von Einzelzimmerwünschen: bei Sibylle Schütz, [seminare@connection.de](mailto:seminare@connection.de), Tel.: 089-52 48 32.

Hier findet ihr das komplette Programm: <http://www.connection.de/index.php/connection-fruehlingsfest>

### Alles ist eins – und noch eins drauf 2013

Esoterik-Kabarett mit Wolf Schneider, in neun Sketchen

**München**: 15. 5. und 12. 6. um 20 h im [Ya Wali](#), Kirchenstr. 15, Eintritt 20/10 €.

**Gut Helmeringen**: 15. / 16. 9. Kabarett und Mini-Workshop auf dem Zusammen-Sein Festival

Bitte jeweils voranmelden. Wer Shri Shitananda (und die anderen Typen) zu sich einladen will: Buchungen weiterer Termine (auch Privatveranstaltungen) über [sibylleschuetz@gmx.de](mailto:sibylleschuetz@gmx.de).

### Talkrunden-Moderationen von Wolf Schneider

- Rainbow-Spirit Festival in Karlsruhe, 18. 5, 14 h, Thema: Opfer/Täter
- Bewusstseinserteuerung, 27./28. 7. in Freudenstadt. Thema: Humor & Identität
- Erwachendes Bewusstsein, 17./18. 8. in Freudenstadt. Thema: Erwachen
- 3. St. Germain-Kongress in Ottobrunn bei München, 28./29. 9. Das Thema steht noch nicht fest.
- Rainbow-Spirit-Festival im M,O,C München, 30.11./1.12. Thema: Tantra

## **Das 6. HealingHeartFestival - ein einzigartiges Sommerfestival:**

vom 30. Juli bis 04. August 2013 auf Schloss Glarisegg/CH am Bodensee

Ein reiches Workshop-Angebot unterschiedlicher kreativer und heilender Künste: Tanz, Musik, Meditation, Frauen-Männer-Rituale, Familienstellen, schamanische Arbeit, uvm.

Badestrand und Kinderbetreuung helfen, „einfach zu sein“.

Helfer erhalten eine Preisermäßigung, Frühbucher bis 31. Mai 2013.

[www.healingheartfestival.de](http://www.healingheartfestival.de)