

Gezuckert & gesalzen



Holger Grossmann
Advertising Manager
Deutschland

Kreativität hat Hochkonjunktur

Individuell Handgemachtes liegt im Trend. Und folgerichtig auch das „Handlettering“ – wie das Haptik-orientierte Magazin *flow* diesen interessanten Trend beschrieb: „Wer Blogs, Instagram und Pinterest verfolgt, hat es längst gemerkt: Das Zeichnen von Buchstaben ist sehr beliebt. Allerdings nicht so wie früher, schnell einen großen Buchstaben aufs Papier krakeln und ihn dann mit Strichen, Punkten oder Kreisen ausfüllen – obwohl dagegen natürlich gar nichts einzuwenden ist. Nein, immer mehr Leute zeichnen wunderschöne Buchstaben auf kunstvolle Weise.“ Eine Erklärung für die Beliebtheit dieses neu entdeckten kreativen Hobbies beschreibt die amerikanische Künstlerin Lisa Congdon. Am 1. Januar 2012 startete sie einen Blog, auf dem sie 365 Tage lang täglich einen handgeschriebenen Text, ein Zitat oder manchmal auch nur einen einzelnen Buchstaben postete. „Design und Illustration werden immer von Trends bestimmt. Handlettering ist zurzeit offenbar in. In gewisser Weise ist dies eine Reaktion auf all die Jahre, in denen wir Computerschriften verwendet haben – etwa ab Anfang der 80er-Jahre bis zum Beginn dieses Jahrhunderts. Nun zeichnen wir die Buchstaben wieder selbst, so wie früher. Außerdem: Je mehr Künstler sich mit demselben Spezialgebiet befassen, desto populärer wird es.“ Designer und Illustratoren erklären die Anziehungskraft der gemalten Buchstaben mit der Einzigartigkeit handgeschriebener Mitteilungen, in denen viel Zuwendung, Persönlichkeit und Charme stecken – vor allem im Vergleich zu digital generierter Schrift, die doch meistens etwas Langweiliges, Steriles mit sich bringt. Was zudem eine Rolle spielt: Das Zeichnen von Buchstaben hängt mit der wachsenden Popularität der DIY-Kultur zusammen.

Ob Weihnachtsschmuck aus Salzteig backen oder süße Garten-Windlichter basteln, sich mehr Zeit für echte Kreativität nehmen, das finden auch die Leser von **daheim** richtig gut als Ausgleich zu einem hektischen Alltag. Anregungen dazu gibt ihnen das Magazin mit Beiträgen über traditionelle Handwerke wie etwa das kunstfertige Kugel-Drechseln aus Zedernholz oder mit den Basteltipps zu saisonalen Anlässen, die es in jeder Ausgabe in der Rubrik „Haus und Hof“ gibt.

Die Resonanz ist entsprechend – auch bei begeisterten Erstlesern wie Martin H. aus Warstein: „Ich habe spontan zum ersten Mal **daheim** gekauft, und es gefällt mir sehr gut. Der Umfang der Artikel ist genau richtig, und die dazugehörigen Tipps machen Lust auf mehr. Auch auf Ecken in Deutschland die es noch selbst zu entdecken gibt.“ **daheim** erzeugt echtes Interesse. Die Leser tauchen aus dem Alltag ab und ein in die Anregungen, die ihnen das Magazin anbietet – auch in Ihre Werbebotschaft.

Herzlich

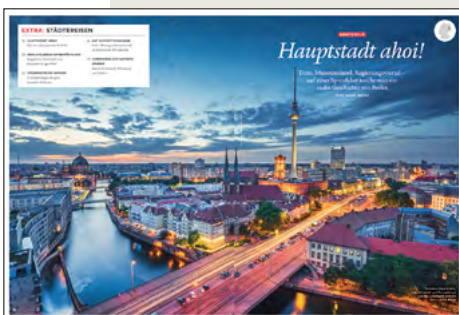
Ihr Holger Grossmann

*Deutschlands schönste Seiten -
jetzt noch schöner*



Das Heimatmagazin **daheim** hat sich herausgeputzt. Optisch und inhaltlich unterstreichen wir das aktivierende Element des Magazins: als Anleitung, Deutschland zu erleben.

Opulente Bilder sorgen für ein emotionales Erlebnis der vielfältigen Facetten des Magazins. Vielschichtig ist auch das Thema Heimat. Sie entsteht aus Erlebnissen, Begegnungen mit Menschen und Orten. Vor allem ist Heimat eines: Ein gutes Gefühl. Und darauf, dass **daheim** dieses gute Gefühl vermittelt, kann auch Ihre Werbebotschaft bauen.



Mehr Umfang

Mehr Heftumfang für noch mehr Platz. Großformatige, emotionale Bilder sowie Infokästen sorgen für mehr Lesegenuss.

Mehr Service

Informationen zu Öffnungszeiten, Kontakt, Anreise- und Übernachtungsmöglichkeiten, Tipps zu Sehenswürdigkeiten und Restaurants.

Mehr Themenvielfalt

Opulente Landschaftsportraits. Regionen/Städte/ Sehenswürdigkeiten neu entdecken. Jahreszeitliche Tipps rund ums Dekorieren und die Gartenpflege.

Echter Mehrwert

daheim aktiviert seine Leserinnen und Leser und dient als Anleitung, Deutschland mit seinen wunderbaren Facetten immer wieder neu zu erleben.

Und das alles bei unverändertem Anzeigenpreis:
1/1 Seite: 10.150,- €.

Redaktionelle Schwerpunkt-Themen in der zweiten Jahreshälfte

In dieser Ausgabe: Städtereisen
Ausgabe Nov./Dez.: Winterträume

Nächste Anzeigen-/DU-Termine

Ausgabe Nov./Dez.: 04. Sept. ET: 23. Okt.