

„Wane“ ist seit gestern auf dem Markt

Zeitschrift für die Generation Z

Alexa Lepage

Seit gestern ist Luxemburg um eine Zeitschrift reicher. „Wane“ richtet sich an Studenten und Jungunternehmer.

Wane steht für „We are Next“ und ist der Name einer neuen Zeitschrift in Luxemburg, Brüssel und Metz. Zielgruppe ist die „Generation Z“. Francesca Gilbert definiert diese Generation als jene, die mit iPhone und Notebook aufwächst und das täglich auf Youtube, Facebook und Twitter verkündet. Die 27-jährige Abgängerin der Uni Luxemburg kennt sich selbst bestens mit sozialen Netzwerken aus. Mit ihnen und über sie hat sie Mitarbeiter für ihr neues Magazin gefunden.

Die meisten sind ungefähr so alt wie sie und haben auf freiwilliger Basis an der ersten Ausgabe von Wane mitgearbeitet. Denn sie haben alle ein gemeinsames Ziel: die Zeitschrift zu einem erfolgreichen Business- und Lifestyle-Magazin zu machen.

Erscheinung alle zwei Monate

Die einen schreiben von Paris aus, die anderen sitzen in Brüssel oder gar in den USA. Das Titelfoto etwa stammt von einem amerikanischen Fotografen. Die Herausgeberin hat ihn im Internet entdeckt und ihn um seine Erlaubnis gebeten, das Foto abdrucken zu dürfen. „Ich wollte schon immer eine Zeitschrift herausbringen“, erklärt die Jungunternehmerin ihre Idee. „Eines Morgens bin ich aufgewacht und habe gedacht, jetzt mache ich das.“

Das war Ende August vergangenen Jahres. Francesca Gilbert hatte gerade ihren „Master in Entrepreneurship and Innovation“ an der Uni Luxemburg absolviert. „Das Schwierigste war, einen Na-



Francesca Gilbert ist stolz auf die erste Ausgabe ihrer Zeitschrift

men, eine Ausrichtung und Mitarbeiter zu finden“, erklärt die gebürtige Italienerin. Wie viele Stunden sie seither an ihrem Projekt gearbeitet hat, vermag sie nicht zu sagen. „Die habe ich nicht gezählt“, sagt sie. „Zumal ich gerne nachts arbeite.“ Die

Zeit spiele auch keine Rolle, schließlich liebe sie ihre Arbeit.

Das kostenlose Magazin erscheint alle zwei Monate auf Französisch, im Internet und in einer Papierversion. Letztere liegt in Hochschulen, Bibliotheken, Kultureinrichtungen und Ju-

gend-Treffpunkten aus. Die erste Ausgabe wurde 5.000 Mal gedruckt und mit Hilfe der Uni Luxemburg und der Handelskammer finanziert. Das soll aber nicht so bleiben. Ziel: durch Werbung zu einer überlebensfähigen Zeitschrift heranzuwachsen.