

50 Jahre, 600 Cover: *Psychologie Heute* feiert Jubiläum

Interview mit Chefredakteurin Dorothea Siegle

Beltz: Liebe Frau Siegle, 50 Jahre sind eine lange Zeit für ein Special-Interest Medium. Was war und ist das Erfolgsrezept der *Psychologie Heute*?

D. Siegle: Es sind drei Dinge, die das Magazin über so viele Jahrzehnte erfolgreich gemacht haben: Das Thema, die Qualität und der Verlag. Das Thema: Psychologie begann in den 70er Jahren, immer mehr Menschen zu interessieren – Stichwort »Psycho-Boom«. Es ging um Selbstverwirklichung und Selbstbefreiung in einer vom Kapitalismus deformierten Welt, so eine gängige Sichtweise damals. Es kamen immer neue Techniken und Therapierichtungen auf – wie Urschreitherapie oder Rebirthing – die eingeordnet werden wollten.

Es war ein guter Zeitpunkt, um eine Zeitschrift wie *Psychologie Heute* zu gründen und sie war schnell erfolgreich. Seitdem ist das Interesse an der Psychologie nicht mehr erlahmt, sondern eher vom Rand ins Zentrum gerückt. Heute sind Begriffe wie Resilienz, Trauma und triggern in die Alltagssprache übergegangen und Narzissmus und ADHS sind omnipräsent. Die Qualität: Wir erklären die psychologische Wissenschaft alltagsverständlich – die Menschen wissen: In dem Dschungel an Angeboten und Erklärungsmustern, die sie jeden Tag finden, können sie sich auf die Einschätzungen von uns verlassen. Wir prüfen und verstehen Studien, wir beschäftigen uns seit Jahrzehnten mit dem Thema und können auch die langen Linien einordnen. Wir behandeln Psychologie nicht als Hashtag oder Click-Bringer – »Wie Sie durch Waldbaden resilienter werden« – sondern als Thema, dem unser ganzer Fokus und unser ganzes Fachwissen gilt.

Und schließlich der Verlag: *Psychologie Heute* erscheint in der Verlagsgruppe Beltz, einem mittelständischen Familienunternehmen mit Sitz in Weinheim, nicht in einem Konzern. Die Verlegerin, Marianne Rübemann, glaubt an die Marke und daran, dass durchdachte Inhalte wichtig sind für eine aufgeklärte Gesellschaft. Sie würde *Psychologie Heute* nicht für einen kurzfristigen Gewinn verkaufen wie Gruner und Jahr das mit Teilen seines Portfolios im vergangenen Jahr getan hat. Im Gegenteil: Der Verlag investiert in die Redaktion, und wir mussten nicht wie viele andere die gedankliche oder optische Qualität herunterfahren.

Beltz: Wie hält man eine Zeitschrift wie *Psychologie Heute* so lange an der Spitze eines hart umkämpften Marktes?

D. Siegle: Wir waren das erste Publikumsmedium, das sich monothematisch mit Psychologie beschäftigt hat, wir sind die Pionierin am Markt – das war ein Startvorteil und ist heute eine

Pressekontakt:

Verlagsgruppe BELTZ

Moritz Reissing

Leitung Presse & PR

Telefon: +49 (0) 6201 6007 443, m.reissing@beltz.de

Werderstraße 10 · 69469 Weinheim · www.beltz.de

Geschichte, die bleibt. Und: Die Menschen vertrauen uns, sei es als Printprodukt oder digital. Dieses Vertrauen nicht zu enttäuschen ist unser Fokus; ob es darum geht, wie wir auf einen kritischen Leserbrief antworten, wie wir mit Preiserhöhungen umgehen, wie wir die Studienlage bei einem kontroversen Thema beleuchten oder wie wir an Illustrationen feilen. Unsere Kund:innen sollen wissen: Wir nehmen sie ernst, wir kennen uns aus, wir tun viel für Reichweite, aber nicht alles für Aufmerksamkeit.

Die Tonalität und die Art der Fragestellungen haben sich in *Psychologie Heute* seit 1974 immer wieder gewandelt. Was über die Jahrzehnte gleichgeblieben ist, ist unser Anspruch, die Psyche des Menschen verstehen zu wollen – und die Freude daran, dass der Mensch als Wesen so komplex ist, dass das Wissen niemals enden wird.

Beltz: Wenn Sie auf 50 Jahre *Psychologie Heute* zurückblicken: Was waren einschneidende Ereignisse, die die *Psychologie Heute* zu dem gemacht haben, was sie heute ist?

D. Siegle: Blättert man die Jahrgangsbände durch, merkt man: Vieles war ganz früh da und ist geblieben: Die Gründung zum richtigen Zeitpunkt, 1974, mit der Entscheidung, sich nicht an Fachleute zu richten, sondern »to give psychology away«, also Psychologie einer interessierten Gesellschaft zu erklären. Sicherlich auch der bald darauf erfolgte Beschluss, die Zeitschrift nicht nur im Abo zu vertreiben, sondern auch am Bahnhofskiosk und im Einzelhandel zu verkaufen. Die Entscheidung, auch Fachleute schreiben zu lassen, die Entscheidung, einen Teil der Artikel mit Illustrationen zu bebildern, um den komplexen Themen gerecht zu werden, die Entscheidung, auch schwere Themen wie Depressionen als Titelgeschichte zu machen – sie alle wurden sehr früh getroffen.

Ein späterer Schritt, der klug war: *Psychologie Heute* hatte ab dem Jahr 2000 eine Website, auf der es aber immer nur wenige Inhalte kostenfrei zu lesen gab. Den Sündenfall des Journalismus, große Teile des »Contents« umsonst zu verschleudern in der Hoffnung, sich über Anzeigenerlöse zu finanzieren, hat *Psychologie Heute* nie mitgemacht. Heute haben wir die digitale Flatrate, PH+.

Beltz: Gibt es psychologische Themen, die sich über die Jahrzehnte gehalten haben?

D. Siegle: Die Tonalität und der gesellschaftliche Fokus von *Psychologie Heute* haben sich je nach Jahrzehnt gewandelt: Viel Psychoanalyse und Psychiatriekritik in den 70er Jahren, Folgen von Arbeitslosigkeit, Drogensucht und Aids in den 80ern, Medienkritik und Spaßgesellschaft in den 90ern, ab den 2000ern der Boom von Achtsamkeit, aber auch die Frage nach dem Umgang mit der wachsenden Zahl an Krisen und der menschlichen Resilienz im digitalen Zeitalter.

Pressekontakt:

Verlagsgruppe BELTZ
Moritz Reissing
Leitung Presse & PR
Telefon: +49 (0) 6201 6007 443, m.reissing@beltz.de
Werderstraße 10 · 69469 Weinheim · www.beltz.de

Was gleichgeblieben ist, sind Grundfragen: Was prägt den Menschen und seine Seele – *nature versus nurture*, Gene oder Umweltbedingungen und Erziehung? Wie veränderbar sind Persönlichkeit und Intelligenz? Was heilt Depressionen – was sind Depressionen? Wie gehen wir mit schweren psychischen Störungen wie Borderline oder Psychosen um, wie sieht eine menschenwürdige Psychiatrie aus? Wie prägen Medien unsere Kinder – früher das verhasste Fernsehen, heute das Smartphone? Wie wirkt Psychotherapie? Welche Therapierichtung heilt besser und was bedeutet das für unser Verständnis vom Menschen: Psychoanalyse, Verhaltenstherapie, systemische Therapie...? Darauf gibt es immer neue Antworten und unerwartete Erkenntnisse – aber die Fragen, sie verschwinden nicht.

Beltz: Andersherum gefragt: gibt es Themen, die heute selbstverständlich sind, vor einigen Jahren aber tabuisiert waren?

D. Siegle: In der Gesellschaft sicher – heute wird viel offener über psychische Störungen gesprochen, Menschen erwägen viel selbstverständlicher eine Psychotherapie als das in den 80er und 90er Jahren noch der Fall war. Wobei die These von der Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen auch Gefahren birgt: Zum einen die Tendenz, dass seelische Erkrankungen zu einer ästhetisierten Mode-Inszenierung in Sozialen Medien werden, als Teil der Identitätsjagd. Und zum anderen verdeckt die Entstigmatisierungs-These, dass Erkrankungen wie schwere Depressionen, Alkoholismus oder Schizophrenie weiterhin sehr tabuisiert sind – manche sagen sogar: tabuisierter als früher, weil sich das Stigma verschiebt. Bei *Psychologie Heute* konnte ich in all den Jahren keine Tabus erkennen – Psychosen, Heroinsucht, schwere Depressionen, Sadismus, pädophile Störung – alles wurde von Beginn an angesprochen und wollte verstanden werden.

Beltz: Was ist Ihr Lieblingsheft aus 50 Jahren *Psychologie Heute*?

D. Siegle: Immer die nächste Ausgabe. Das soll keine Koketterie sein – es ist einfach jeden Monat eine Freude, eine neue Zeitschrift zusammenzustellen. Ansonsten bin ich großer Fan der Optik der 70er Jahre: Innen im Heft war sehr viel Text, der heutigen Leser:innen vermutlich etwas zu massiv wäre, der aber typographisch gut gesetzt war. Und die Cover waren sehr künstlerisch, manchmal etwas verstörend für den Verkauf am Bahnhofskiosk, aber vielschichtig.

Pressekontakt:

Verlagsgruppe BELTZ

Moritz Reissing

Leitung Presse & PR

Telefon: +49 (0) 6201 6007 443, m.reissing@beltz.de

Werderstraße 10 · 69469 Weinheim · www.beltz.de

Beltz: Die *Psychologie Heute* hat ihr Portfolio unter Ihrer Führung verschiedentlich ausgebaut. Planen Sie weitere Erweiterungen des Angebots, insbesondere auch im Digitalen?

D. Siegle: Bei den Printprodukten haben wir eine sehr hübsche kleine Familie aus dem Monatsheft, dem monothematischen Compact-Heft sowie dem kleinformatigen Dossier. Im Digitalen gilt unser Fokus seit zwei Jahren der PH+-Flatrate, für die wir viele weitere Dinge planen, die ich Ihnen jetzt aber nicht verraten werde. Das Interesse an Psychologie ist groß – unser Bestand und unser Fachwissen sind es auch. Ein weiterer Schwerpunkt sind unsere digitalen Veranstaltungen, die sich der seelischen Gesundheit von Kindern und Jugendlichen widmen. Wir merken eine große Verunsicherung bei Eltern und eine große Resonanz bei diesen Live-Events, bei denen Expertinnen und Experten Fragen in einer Tiefe beantworten, wie es in »5 Anzeichen, dass ihre Tochter eine Essstörung hat«-Texten eben nicht möglich ist.

Beltz: Wie planen Sie, die *Psychologie Heute* auch in Zukunft an der Spitze des psychologischen Zeitschriftenmarktes zu halten?

D. Siegle: Wir werden nicht dünner werden – weder vom Umfang noch von den Gedanken her. Ich glaube, es hat sich gezeigt, dass diese Strategie, die einige Verlage eingeschlagen haben, nicht funktioniert. Wir arbeiten hartnäckig daran, jeden Monat etwas verständlicher und inhaltsschwerer zu werden, differenzierter und origineller, eckiger und schöner. Unsere Leser:innen honorieren es, dass wir ihnen gedankliche Tiefe zumuten und sie erleben können, dass Erkenntnis glücklich macht.

Beltz: Tragen Sie mit *Psychologie Heute* zur Psychologisierung der Gesellschaft bei – welche Gefahren birgt dieser Trend?

D. Siegle: Es kommt darauf an, was Sie unter »Psychologisierung der Gesellschaft« verstehen. Wir tragen dazu bei, das Wissen über Psychologie in der Gesellschaft zu erhöhen und zu vertiefen. Sie meinen aber mit »Psychologisierung« ja vermutlich negative Entwicklungen wie: Normales Verhalten wird pathologisiert, jeder ist ein Narzisst oder verhält sich toxisch. Menschen hoffen, dass eine psychologische Diagnose ihnen Entlastung bringt, obwohl es sinnvoller wäre zu schauen, ob es vielleicht ihre Umweltbedingungen sind, die sie krank machen. Probleme, die eigentlich gesellschaftliche sind, werden ins Individuum verlegt, die Menschen sind weniger solidarisch miteinander und versuchen verzweifelt, sich selbst zu optimieren.

Pressekontakt:

Verlagsgruppe BELTZ
Moritz Reissing
Leitung Presse & PR
Telefon: +49 (0) 6201 6007 443, m.reissing@beltz.de
Werderstraße 10 · 69469 Weinheim · www.beltz.de

Zu all dem tragen wir nicht bei, nein. Wir warnen vor Pathologisierung und erklären, was Trauma und Trigger wirklich meinen und was nicht. Wir fragen: Warum beschäftigen sich so viele Therapeutinnen mit der Kindheit ihrer Klienten und so wenig mit deren Arbeitsbedingungen? Und wir glauben, dass Menschen, die sich selbst besser verstehen – ihre Geschichte und ihr Leid und ihre Vielschichtigkeit – sich ihren Mitmenschen verbunden fühlen – und für eine bessere Welt sorgen können.

Pressekontakt:

Verlagsgruppe BELTZ

Moritz Reissing

Leitung Presse & PR

Telefon: +49 (0) 6201 6007 443, m.reissing@beltz.de

Werderstraße 10 · 69469 Weinheim · www.beltz.de