



Horst von Buttlar

## Im Gespräch mit Horst von Buttlar, Chefredakteur und Geschäftsführer „Capital“

Seit 18 Jahren in der Medienbranche

### **Capital ist...**

Deutschlands führendes und modernstes Wirtschaftsmagazin. Unsere Kernkompetenz sind alle Fragen rund um die persönlichen Finanzen, Immobilien und Karriere. Capital ist also eine Marke, mit der Menschen weiterkommen.

### **Wem würden Sie Ihren Job gerne mal für einen Tag anvertrauen?**

Keinem. Sonst entdeckt der oder die noch, wie schön dieser Job ist.

### **Wenn SIE einen Tag den Job von jemand anderem übernehmen könnten – was wäre Ihre Wahl?**

Ich wäre gerne Mal einen Tag die Queen. Ich hätte jetzt auch Jeff Bezos oder Mark Zuckerberg sagen können, aber vermutlich sitze ich dann auch den halben Tag in Konferenzimmern herum (oder derzeit zu Hause, und deshalb wähle ich den Palast).

### **Drei Eigenschaften eines guten Chefredakteurs?**

Ein gutes Gespür für Themen, Begeisterungsfähigkeit und Kreativität. Und seit geraumer Zeit muss man auch einen ausgeprägten Geschäftssinn haben.

### **Welches Format ergänzt Print am besten?**

Das Schöne an Print ist, dass die Marke allein funktioniert, man sie aber beliebig in alle Kanäle verlängern kann, also digital, Audio oder live. Umgekehrt funktioniert das nicht.

### **Zeitschriften und Kosmetik sind ...**

... kreative Produkte aus Manufakturen. Hochwertig in der Herstellung, voller Überraschungen, immer mit Mehrwert, nicht zum Wegwerfen, zuverlässige Begleiter und ein Statement, wer man ist.

### **Hochwertige Kosmetik ist ...**

... ein wichtiger Wirtschaftszweig. Und eine hohe Kunst der Markenführung.

### **Mein persönlicher Luxus ...**

... ungestört zwei oder drei Stunden in einem Café zu sitzen, irgendwo am Wasser, mit einem Stapel Zeitungen und Zeitschriften auf dem Tisch. Erst einen Kaffee, dann eine Schorle, dann ein Glas Weißwein, am besten Sauvignon Blanc.

### **Was ist nach Ihrer Meinung ein überschätzter Trend?**

Auch schon vor Corona hatte ich hinter manchen wilden New Work-Guru ein stilles Fragezeichen gesetzt.

### **Was wird in unserer Gesellschaft in 20 Jahren anders sein?**

Puh... wieviel Platz habe ich? Ich könnte jetzt einen Haufen Buzzwords nennen. Viel spannender finde ich ja, was sich nicht ändert. Ein Beispiel, wenn ich meine Kinder zur Schule bringe: Der Vertretungsplan ist jetzt digital, seit Corona gibt es Aufgaben über die Cloud und die Klasse hat eine WhatsApp Gruppe. Aber: Mädchen kichern, wenn Jungs vorbeigehen. Jungs müssen vor Mädchen angeben. Der Linoleumboden riecht wie 1980, die Sozialkundelehrer sehen aus wie früher. Was heißt das für Ihre Zielgruppe? Menschen werden Luxus wollen. Sie werden sich abheben wollen, und Wert auf die kleinen Unterschiede legen. Frauen werden neugierig bleiben und Männer behäbig.

### **Und welche fünf Fragen würden Sie sich gerne stellen?**

Wo kommen Sie auf die besten Ideen?

Welchen Satz würden Sie gerne in Ihrem Wikipedia-Eintrag dazu schreiben?

Welchen Ihrer Texte würden Sie am liebsten aus Archiven und dem Netz löschen?

Sind Journalisten wirklich so eitel?

Jetzt Mal ehrlich, Sie wären doch viel lieber Schriftsteller geworden oder?



---

KOSMETIKVERBAND

VKE-KOSMETIKVERBAND · Unter den Linden 42 · 10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30.20 61 68-22 · Telefax: +49 (0) 30.20 61 68-722 · E-Mail: [info@kosmetikverband.de](mailto:info@kosmetikverband.de)  
[www.kosmetikverband.de](http://www.kosmetikverband.de)

Pressebüro ANTJE BRÜNE · E-Mail: [info@presse-bruene.de](mailto:info@presse-bruene.de)