



„LeseFREUDEN mit Erkenntniswert“

Mehr als 100 Zeitungen und Zeitschriften hat Helmut Ortner schon ein neues Gesicht gegeben. Auch die neue Wochenendausgabe trägt die Handschrift des Frankfurter Blattmachers. Im Interview verrät er, warum es künftig noch mehr Freude macht, diese Zeitung zu lesen.

Foto: Per nate / Schlichteuer

relevant wahrgenommen. Sie sind, ob national oder regional, die Leitmedien. Sie geben die Themen vor. Umfragen belegen, dass Tageszeitungen noch immer als glaubwürdigstes Medium gelten, auch wenn ein paar rechte Irrlichter diese Glaubwürdigkeit gezielt infrage stellen.

Aber offensichtlich ist: Das Internet und die sozialen Netzwerke haben den Charakter von Zeitungen radikal verändert.

Richtig. Und deshalb müssen Redaktionen heute stärker auf Einordnung, Hintergrund, Analyse und Orientierung setzen. Und das tun sie. Gedruckte Zeitungen sind notwendige, in der rasanten digitalen Welt gewissermaßen entschleunigte Welt-Erklärer. Es geht also nicht um Konkurrenz, sondern darum, die Stärken unterschiedlicher Medienwelten zu nutzen und zu ergänzen. Journalistische Produkte – gleich ob Texte, Bilder oder Infografiken – lösen sich von ihren spezifischen Bindungen und werden über die Mediengrenzen hinweg erweitert und vertieft. Das hat eine neue Dynamik und Qualität.

Welche Blatt-Philosophie steckt hinter der neuen Wochenendausgabe?

Die Wochenendausgabe bildet die Lebens- und Lese-Wirklichkeit der Menschen am Wochenende ab. Alles ist etwas entschleunigter, ausgehender, gelassener – das weiß jeder aus eigener Erfahrung. Das Wochenende hat einen eigenen Rhythmus. Die Lese-Erwartung ist eine andere als an Werktagen. Sie liegt nicht allein auf kompaktem Informations- und Nutzwert, sondern mehr auf Tiefgang, Lese-Erlebnis, kluge Wissensvermittlung und spannende Unterhaltung. Vielfach wird die Zeitung ja auch am Sonntag noch einmal zur Hand genommen. Ob Single, Paar oder Familie, ob Alt oder Jung, Land oder Stadt – die Wochenendausgabe berücksichtigt das. Sie ist idealerweise eine milieu- und generationsübergreifende Lese-Insel. Und weil wir in einer visuellen Welt leben, braucht die Zeitung eine moderne, ansprechende Optik. Unser journalistisches Motto: LeseFREUDEN mit Erkenntniswert.

Sie sprechen dabei auch oft von visuellem Journalismus. Was ist darunter zu verstehen? Mehr Bilder statt Text?

Nein. Inhalte haben Priorität. Aber Text allein reicht nicht. Gestaltung spielt eine große Rolle. Seriosität, Wertigkeit und Lesbarkeit sind hier Stichworte. Eine Zeitung muss heute optisch ansprechend sein. Die Leser erwarten ein Layout, das modern, aber nicht zeitgeistig ist. Es braucht also neben dem bewährten redaktionellen Mix aus Berichten und Analysen, Interviews und Reportagen, Kolumnen und Kommentaren eben auch neue journalistische Formate, beispielsweise Schaubilder und Erklär-Grafiken. Und es braucht eine blatt-prägende Optik: überraschende Fotos, ungewöhnliche, eigensinnige Perspektiven und Bildschnitte – sie sind das Lasso, das den Leser einfängt und zum Text führt. Sie machen die Seiten dynamisch. Das nenne ich visuellen Journalismus. Hinzu kommt eine klare, geordnete Seiten-Architektur. Moderne Schriften, Infoboxen und Farbfonds unterstützen die Informationsaufnahme und setzen optische Akzente. Schließlich steht die Optik auch für Wiedererkennbarkeit der Marke. Der Leser sieht sofort: Das ist meine Zeitung.

Lässt sich diese Philosophie, wie man sie von Sonntagszeitungen und überregionalen Wochenendausgaben kennt, tatsächlich auch auf die Lokalzeitung übertragen?

Die neue Wochenendausgabe konkurriert nicht mit überregionalen Wochenblättern wie „Die Zeit“, auch nicht mit den etablierten Sonntagszeitungen. Für unsere Kernleserschaft ist die Wochenendausgabe kein Solitär, sondern die sechste Ausgabe der Woche. Einerseits die journalistischen und optischen Konstanten – etwa der Wiedererkennbarkeit – zu garantieren, andererseits eine Zeitung mit einer besonderen Tonalität zu machen – ein Hybrid, das ist die Herausforderung. Spannende Reportagen, überraschende Geschichten, interessante Köpfe, kluge Analysen, erhellen die Hintergrundberichte – alles in einer optischen Opulenz, die den Vergleich mit den bekannten überregionalen Sonntagszeitungen nicht zu scheuen braucht. Die Wochenendausgabe ist eine Ausgabe, die die Zeitungsabonnenten sozusagen Woche für Woche belohnt. Sie will aber auch all diejenigen ansprechen, die sich im Lauf der Woche fast nur noch digital informieren, am Wochenende aber gern auf eine ansprechende Regionalzeitung zurückgreifen, die Erkenntniswert und Lesegenuss bietet sowie Appetit auf moderne Freizeitgestaltung macht.

Wie sieht es mit dem regionalen Anspruch der VRM-Titel aus? Die Allgemeine Zeitung in Mainz, der Wiesbadener Kurier und das Darmstädter Echo sind ja drei Leitmedien in der Rhein-Main-Region, die unter dem Dach der VRM eng miteinander verzahnt sind.

Eine starke Dachmarke, darunter individuelle Zeitungen, allesamt selbstbewusst und selbständig – und nahe an ihrer Leserschaft. Die Titel setzen auf die gleiche journalistische Rezeptur: regionaler Identifikations-Anker sein, plus Relevanz und Deutungsmacht. Die Leser honorieren das. Als Beobachter, Taktgeber und Navigator sind sie so etwas wie mediale Icons für Stadt und Region. Die Wochenendausgabe setzt hier neue Maßstäbe.

Haben Sie schon eine Vorstellung davon, wie sich Printprodukte in den nächsten zehn Jahren weiter entwickeln werden?

Es wird eine Konzentration im Markt geben. Das Berufsbild des Journalisten wird sich verändern, er wird cross-medialer. Es wird sehr unterschiedliche Angebote für Abonnenten geben. Nicht jeder kann oder will täglich eine Tageszeitung komplett lesen. Es wird nach wie vor gedruckte Zeitungen geben. Erfolgreich werden die sein, die mutig in redaktionelle Qualität investieren, die es verstehen, ihre Leser immer wieder positiv zu irritieren. Kurzum: ich bin da optimistisch – und hoffnungsfroh: nicht nur, weil die Vielfalt von Zeitungen ein Kernelement unserer demokratischen Kultur ist und das so bleiben sollte – sondern auch, weil mir das tägliche „altmodische“ Papier-Geraschel beim morgendlichen Zeitunglesen sonst fehlen würde.

Das Interview führte Friedrich Roeingh

H

err Ortner, wir informieren uns immer mehr digital, uns stehen immer mehr Quellen zur Verfügung. Warum arbeiten Sie noch so leidenschaftlich an Print?

Spötter behaupten ja, Zeitungen seien so etwas wie die Postkutschen in der digitalen Welt, ein Medium der Vergangenheit. Etwas für Modernitäts-Verweigerer. Hört sich cool an, stimmt aber nicht. Richtig ist: Wir haben mehr Zugang zu Informationen als je zuvor. Die digitale, vernetzte Welt generiert, produziert und multipliziert rundum Informationen auf allen Kanälen.

Ständig neue, und immer viel mehr, als wir verarbeiten und begreifen können. Ein Informations-Tsunami, dem wir alle ausgesetzt sind. Wir greifen ja ständig zu unseren Smartphones. Die kleinen Geräte beliefern uns fortlaufend mit Informationen und beschäftigen uns – nur sie erklären uns nichts. Ich glaube, wo der Alltag digital wird, wächst die Sehnsucht nach analoger Entschleunigung. In einer Flut von digitalen Banalitäten werden gut gemachte Zeitungen und Magazine immer ihre Leser finden.

Print ist also kein Auslaufmodell, sondern hat Zukunft?

Ich bin kein Nostalgiker. Ich bin Pragmatiker. Ob gedruckt oder digital: entscheidend sind die Inhalte. Zeitungen werden immer noch als

»In einer Flut von digitalen Banalitäten werden gut gemachte Zeitungen und Magazine immer ihre Leser finden.«

ZUR PERSON

HELMUT ORTNER hat als selbständiger Blattmacher und Konzepter mehr als 100 nationale und internationale Zeitungen und Zeitschriften entwickelt und relaunched: u.a. Frankfurter Rundschau, Das Parlament, Jüdische Allgemeine, De Lloyd, Antwerpen und NT Rotterdam sowie die Magazine Focus, Cicero, The European, zuletzt das Magazin chrismon. Dafür erhielt er zahlreiche Auszeichnungen. Auch die Allgemeine Zeitung, der Wiesbadener Kurier, das Darmstädter Echo sowie die neue Samstagsausgabe Am Wochenende tragen seine blattmachersche Handschrift. Daneben veröffentlichte er mehr als zwanzig politische Sachbücher und Biografien, u.a. „Der Einzelgänger“ über den Hitler-Attentäter Georg Elser, zuletzt „Gnadenlos Deutsch“ (2016). Seine Bücher wurden in 14 Sprachen übersetzt. Ortner lebt und arbeitet in Frankfurt und Darmstadt. www.helmutortner.de