

Zeitschriften unter der Lupe: Blattmacher Helmut Ortner über Titel und Trends, die Zukunft haben.

# Trendsetter

**S**chöne, neue Medienwelt: über 300 TV-Programme, MP3, iPod, Blogger-Communities, Youtube, Flickr. Willkommen in der klassenlosen, digitalen Reihenhausiedlung. Jeder kann dabei sein, kann alles sehen, hören, lesen – wenn auch nicht immer zum Nulltarif. Zieht die gigantische Angebotsvielfalt jetzt eine Nutzer-Revolution nach sich?

Der Trend ist eindeutig: Individualisierung, Digitalisierung, Personalisierung. Die Fragmentierung des medialen Verbrauchermarktes ist in vollem Gange. Ist da überhaupt noch Platz für Gedrucktes? Für die gute, alte Tageszeitung, für die mehr als 1500 Magazine und Zeitschriften, die alle nur eines wollen: Gelesen werden! Zeitungen und Magazine sind zwar mächtig unter Druck, aber trotz allen Endzeitszenarien für das gedruckte werden sie nach wie vor gekauft, gelesen – ja geliebt. Warum? Weil Print in Sinne der Wortes »greifbar« ist, aber vor allem: weil Gedrucktes entschleunigt. Ein wichtiges Plus in einer Welt mit immer höherer Drehzahl.

Neues, Nähe, Nutzen – das ist es, was der Leser will. Blattmacher, die diese Mischung optimal inszenieren, werden auch in Zukunft ihre Leser finden. Keine schlechten Aussichten also.

Ob Information oder Zerstreuung, noch immer finden sich Zielgruppen, die als unterversorgt gelten: Modefreaks, Kultur-Menschen, Protagonisten des gepflegten Lifestyles – kurz: Menschen, mit Geschmack und Hirn, die das Schöne und Feingeistige lieben. Für sie gibt es „Deutsch“, „Dummy“, „Zoo“, „Cicero“ oder „Park Avenue“, und wohl ab Februar die deutsche Ausgabe von „Vanity Fair“.

**UND ES GIBT FELD HOMMES**, ein Magazin für Männer, das für ein luftiges globalisiertes, aber irgendwie doch deutsches Lebensgefühl steht. Es kommt aus Hamburg (ist seit Dezember 2005 dreimal erschienen, ab 2007 viermal jährlich geplant),

**HELMUT ORTNER** hat zahlreiche, vielfach ausgezeichnete, Zeitungen und Magazine entwickelt und relauncht ([www.ortner-concept.de](http://www.ortner-concept.de)). Für das „medium magazin“ schreibt der Frankfurter Blattmacher künftig regelmäßig Blattkritiken von Zeitschriften.  
eMail: [autor@mediummagazin.de](mailto:autor@mediummagazin.de)



hat ein selbstbewusstes Format, edles Papier, opulente Optik und verantwortlich sind Mieke Haase (Chefredaktion) und Jan-Christoph Prolop (Art-Direktion). Und mit Bertram Job als Vize-Chefredakteur ist ein alter Hase an Bord, der das Schreibhandwerk exzellent beherrscht. Im aktuellen Heft geht es um Helden. Männer, die im Boxing stehen, sich vom Himmel stürzen, im Krieg waren, mindestens aber den modisch-ultimativen Anzug tragen. John Wayne war gestern. Heute lesen wir „Feld“.

Wer Pop-Journalismus mag, liest und blättert hier ohne Langweile. 242 Seiten gedrucktes Infotainment. Essays, Interviews, Porträts, viele, viele Mode-Fotos. Ein ganzes Heft zum Hinschauen, Abschauen und Aufschauen: textlich durchaus solide, optisch spürbar um Originalität bemüht, stellenweise aber redundant. Schriftgrößen und Typomix sind mitunter grenzwertig und beinahe ein Fall für amnesty international. Spätestens ab der Mitte des Heftes wirkt vieles beliebig. Eine Heft-Dramaturgie ist nicht erkennbar. Oder ist das Absicht?

Trotz einiger Mängel: ein intelligent-inszeniertes, zeitgeistig-sympathisches Zerstreuungspflaster, das sich über die weniger glänzenden Seiten des Alltags kleben lässt. Jetzt muss der deutsche Mann nur noch für die notwendige Auflage sorgen. ([www.feld-magazin.de](http://www.feld-magazin.de))

**ICH LIEBE ANTI-HELDEN.** Die findet man im „Greenpeace Magazin“. Kein Firlfanz, sondern lebensnahe Reportagen,

spannende Porträts, streitbare Standpunkte, Fotos von Offenheit und Wahrheit (... ein kleiner Rundgang über die Pariser Rüstungsmesse gefällig?...), nutzwertiger Alltagsservice. Zugegeben: Klima-Katastrophe, Meerverschmutzung, Tierschutz, Waffenhandel – das klingt nach nöliger political correctness und ein Magazin ist nicht alleine schon deshalb gut, weil es für eine gute Sache steht. Doch die Redaktion muss man wirklich loben. Chefredakteur Jochen Schildt und sein Team machen mit bescheidenen Mittel ein Heft, das sprachlich, optisch und dramaturgisch auf der Höhe der Zeit ist und – das sich ganz und gar dem Leser verpflichtet. Ich bin begeistert. ([www.greenpeace-magazin.de](http://www.greenpeace-magazin.de))



>>>Zwei Magazine, die unterschiedlicher nicht sein können. Gedruckte Hoffnungsträger jenseits der digitalisierten 2.0.-Welt.<<< Helmut Ortner