

„Eine Zeitung darf alles sein, nur nicht langweilig“

INTERVIEW Mehr als 80 Zeitungen und Zeitschriften hat Helmut Ortner schon ein neues Gesicht gegeben. Auch die neue „Verpackung“ dieser Zeitung trägt die Handschrift des Frankfurter Blattmachers. Im Interview verrät er, warum es künftig noch mehr Spaß macht, diese Zeitung zu lesen.

Was macht eine gute Zeitung aus? Wann wird eine Zeitung gerne gelesen?

Eine gute Zeitung hat ein klares journalistisches Profil. Sie informiert aktuell und verständlich, erkennt Themen, analysiert, kommentiert und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für den Leser. Das alles in einem modernen, aber unaufgeregten Layout. Wenn man nach der Lektüre das Gefühl hat, ein kleines Stück schlauer zu sein, dann wird eine Zeitung gerne gelesen.

Wie lange wird das so bleiben? Nachrichten im Internet gibt's schneller...

Stimmt, zeitlich sind die digitalen Medien immer voraus. Dennoch zeigen Umfragen: Tageszeitungen gelten immer noch als das glaubwürdigste Medium. Die nächste Generation wird die Online-Angebote intelligenter und intensiver nutzen – das wird auch den Charakter der Zeitung rasant verändern. Sie bleibt in erster Linie Informationsträger, wird aber stärker auf Hintergründe, Analysen und Orientierung setzen. Die Zeitung ist Navigator, sie erklärt mir die Welt. Auch diese Zeitung hat ihr Online-Angebot erneuert und erweitert. Und zeigt täglich, wie die Stärken beider Medien genutzt und kombiniert werden können. Da geht es nicht um Konkurrenz.

DIE 10 TOP-TIPPS von Helmut Ortner

Eine gute Zeitung ist ...

- ...verlässlich und glaubwürdig.
- ...aktuell und informativ.
- ...unabhängig und umfassend.
- ...lesernah und verständlich.
- ...selbstbewusst und meinungsstark.
- ...optimistisch und zukunftsorientiert.
- ...nutzwertig und alltagstauglich.
- ...dialogisch und crossmedial.
- ...modern, aber nicht zeitgeistig.
- ...alles, nur nicht langweilig!

Wie wichtig ist die Gestaltung einer Zeitung und wie wichtig der Inhalt?

Inhalte haben Priorität. Dabei spielt auch die Gestaltung eine große Rolle. Seriosität, Wertigkeit und Lesbarkeit sind hier Stichworte. Das visuelle Erscheinungsbild

prägt den Charakter einer Zeitung. Vor allem die Titelblatt-Anmutung muss unverwechselbar sein.

Ist eine gute optische Aufbereitung mehr als „nur“ eine Verpackung für Nachrichten?

Ein Thema muss packend visuell dargestellt werden. Untersuchungen zeigen, dass Artikel, die von einem Bild oder einer Grafik begleitet werden, zehn Prozent mehr Leser finden. Gefragt sind größere Bilder, spannende Perspektiven und Bildschnitte – sie sind das Lasso, das den Leser einfängt und zum Text führt. Sie machen die Seiten dynamisch. Hinzu kommt eine klare, geordnete Seiten-Architektur. Sie führt den Leser. Schriften, Infoboxen und Farbfonds unterstützen die Informationsaufnahme und setzen ganz klare optische Akzente. Die Gestaltung steht auch für Wiedererkennbarkeit, was für den Leser sehr wichtig ist. Er sieht sofort: Das ist meine Zeitung, hier bin ich zuhause.

Worauf achtet ein Leser zuerst?

Auf Bilder und Überschriften. Infografiken, Zitate und auch Bildunterschriften werden vom Leser „abgescannt“, bevor er beginnt, den dazugehörigen Artikel zu lesen. Und selbst dann ist er ungeduldig. Viele steigen schon nach dem ersten Absatz aus und lesen – gewissermaßen als Abkürzung – danach nur die letzten Passagen. Untersuchungen zeigen, der Leser liest nicht mehr von A nach Z, sondern er scannt die einzelnen Bausteine eines Artikels ab. Redaktionen müssen diesem Leseverhalten Rechnung tragen und unterschiedliche journalistische und grafische Formate anbieten.

Wie kann eine Zeitung zum Lesen motivieren?

Durch Überraschung. Mit spannenden Themen, interessanten Inszenierungen. Und Artikeln, die dem Leser alltags-kompatiblen Nutzwert bieten. Damit wird die Zeitungslektüre für den Leser wertvoll.

Was macht die neue Optik dieser Zeitung aus?

Der Leser wird kompakt und kurzweilig informiert. Es gibt ein erweitertes Serviceangebot. Schnelle Infos wechseln mit Hintergründen und Reportagen. Den Leser erwartet eine optimierte Blatt-Dramaturgie sowie ein Layout, das modern,

aber nicht zeitgeistig ist. Und wir haben die Cross-Medialität optimiert. Journalistische Produkte – Artikel, Bilder, Infografiken – lösen sich von ihren spezifischen Bindungen und werden über die Mediengrenzen hinweg erweitert und vertieft. Print und Online, Zeitung und Internet ergänzen sich noch stärker als bisher.

ZUR PERSON

Helmut Ortner arbeitet als selbstständiger Medienentwickler in Frankfurt am Main. Er hat mehr als 80 nationale und internationale Publikumsmagazine, Fachzeitschriften und Zeitungen entwickelt und relaunched (u.a. DVZ, Das Parlament, NT Rotterdam, Travelers World, Cicero.) Für seine Arbeiten wurde er mehrfach ausgezeichnet.

Seine Blattmacher-Philosophie: „Eine gut gemachte Zeitung ist Lesevergnügen mit Erkenntniswert.“

Mehr über Helmut Ortner unter <http://ortner-concept.de>

Andere schmücken sich gerne mit dem Titel „Zeitungsdesigner“. Sie nicht. Warum?

Ich habe mich an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach schon frühzeitig mit der Gestaltung von Magazinen und Zeitungen beschäftigt. Danach alle journalistischen Stationen durchlaufen: Volontär, Redakteur, Ressortleiter, Chefredakteur. Schließlich mich als Entwickler und Relauncher selbstständig gemacht. Ich bin, wenn Sie so wollen, ein Blattmacher. In allerletzter Konsequenz ist es für mich ein Handwerk: Es geht nämlich schlicht und ergreifend darum, Text, Optik, Dramaturgie zu verbinden und crossmedial einzubinden. Zeitungsdesign allein wäre eine Reduktion auf den gestalterischen Part. Für mich gehört alles zusammen. Nur wenn alle Ebenen optimal miteinander harmonieren, wird die Zeitung Erfolg haben.

Wie wichtig ist die tägliche Zeitungslektüre für Sie?

Ich bin ein echter Zeitschriften- und Zeitungs-Junkie. Kein Kiosk ist vor mir sicher. Ich brauche täglich zwei, drei Tageszeitungen. Komischerweise lese ich sie gerne spät abends – dafür aber umso gründlicher.

Das Interview führten Eva Fauth und Lars Hennemann

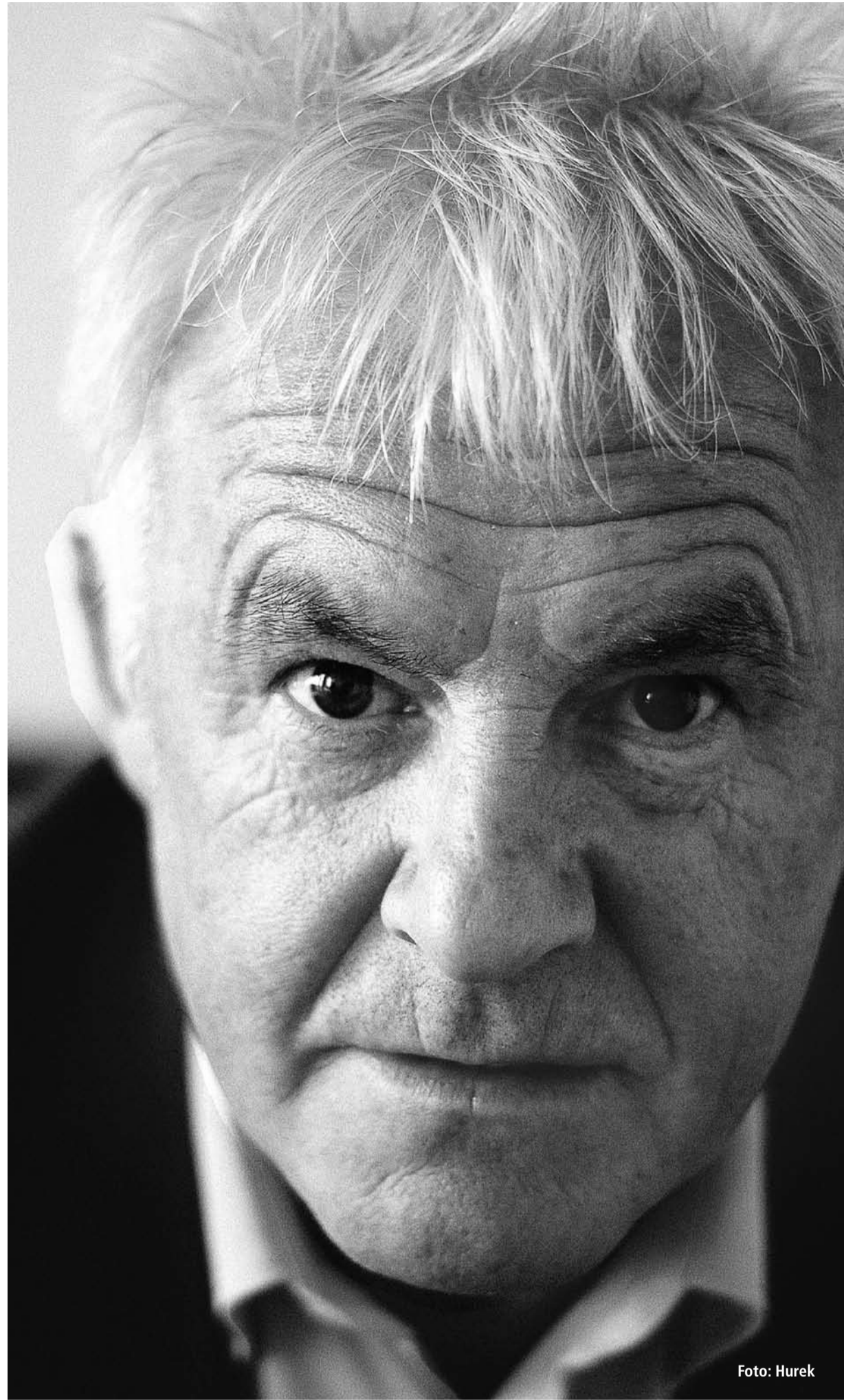


Foto: Hurek