

# ORTNER'S



# KIOSK

Helmut Ortner hat mehr als 50 Magazine entwickelt und relauncht. Er gehört zu den herausragenden Köpfen der Branche. Seine Magazine wurden vielfach prämiert.

Für »wörkshop« schreibt der Frankfurter Blattmacher regelmäßig über Zeitschriftentrends.

[ [www.ortner-concept.de](http://www.ortner-concept.de) ]

**A**ch, was wird uns nicht alles zur temporären Zerstreuung angeboten. Seit das Twen-Magazin [ **NEON** ] im Juni den Anfang machte, kommt auf den deutschen Pressemarkt eine Gründungswelle ins Rollen. Im »Jahr Zwei« der schwersten Medienkrise seit Jahrzehnten drängen neue Magazine an den Kiosk. Nach der Verunsicherung, neue Einsichten. Erstens: es gibt noch Leser. Mehrere Zielgruppen gelten als unterversorgt: Modefreaks, Kulturfans, und Polit-Intellektuelle. Zweitens: es gibt noch Anzeigen – wenn man die richtige Branchen im Visier hat.

> [www.neon-magazin.de](http://www.neon-magazin.de)

**S**chon Rudolf Augstein war ja einst davon fasziniert: ein weltläufiges Intellektuellenblatt für die kleine Bundesrepublik. Autorenjournalismus, große Debattenkultur, edle Typo. Das Magazin nannte sich »TransAtlantik« – und versank Ende der Achziger irgendwo in der rauen See des Zeitschriftenmarktes. Jetzt soll es wieder so etwas geben. Wolfram Weimer, Ex-Chefredakteur der Springer-Zeitung »Die Welt« entwickelt in Berlin mit zwei Dutzend Kollegen ein hochwertiges Magazin mit dem Arbeitstitel [ **Parzifal** ]. Es soll etwas werden, was es so hierzulande noch nicht gibt. Ein Blatt wie der »New Yorker«. Das

gleiche plant der Ex-Stern-Chef Werner Funk gemeinsam mit seinem Ex-Art-Director Wolfgang Behnken. Ein Magazin mit gut geschriebenen Geschichten, streitbaren Standpunkten, Fotos von Offenheit und Wahrheit. Wir sind gespannt.

So etwas will [ **VOSS** ] schon jetzt gerne sein. Das Magazin im modischen Pocket-Format knüpft an die 1934 eingestellte »Vossische Zeitung« an. Erster Eindruck: journalistische Kost, in bekömmlichen Dosen. Immerhin. Leider ist die Startausgabe etwas rückwärtsgewandt. JF Kennedy als Cover-Mann ist nicht originell. Im Innenteil langweilt ein Volkshochschul-

Text über den 17. Juni 1953. Auf elf Seiten steht, was ohnehin jeder weiß. Und das Layout? Es sieht aus wie ein relaunched Readers Digest-Heft. Ein Fehlstart – leider.

> [www.die-voss.de](http://www.die-voss.de)

[ **alert** ] kommt ebenfalls aus Berlin, ist noch nicht allzu lange am Kiosk, erkämpft sich aber eine treue Leserschaft. Wie? Es lässt interessante Menschen zu Wort kommen. Ausschließlich. (Andy Warhols »Interview« – hat es vorgemacht ...)

[ **alert** ] präsentiert Menschen mit mainstream-jenseitigem Charakter. Und fragt: Was treibt sie an? Wohin wollen sie? Warum suchen sie die Konfrontation? Das ist spannend zu lesen. So stringent und klar wie das journalistische Konzept, ist die grafische Heftanmutung. Text und Foto – führen hier eine harmonische Koexistenz. Ganz und gar dem Leser verpflichtet. Ich bin begeistert ...

> [www.alertmagazin.de](http://www.alertmagazin.de)

Auch vom [ **Greenpeace Magazin** ]. Vor zehn Jahren gestartet, dürfen die Macher auf ihre bislang 54 Ausgaben stolz sein. Nein, eine Zeitschrift ist nicht alleine schon deshalb gut, weil sie für eine gute Sache steht. Die GM-Redaktion aber muss man wirklich loben. Nicht zeitgeistiger Firlefanz sondern zukunftsorientierte Information: lebensnahe Reportagen, spannende Porträts, schlaue Essays – sprachlich, optisch, dramaturgisch ein rundum lesenswertes Magazin. Ich wünsche fünfzig weitere Ausgaben.

> [gpm.germany@greenpeace.de](mailto:gpm.germany@greenpeace.de)

**S**chön, dass es das [ **Süddeutsche Magazin** ] (noch) gibt. Immer freitags in der SZ. Ein

Lesegenuss mit Erkenntnisgewinn. Wo sonst wird ein so schlauer Text gedruckt wie der von Herbert Riehl-Heyse, dem im April diesen Jahres verstorbenen großen Münchner Journalisten? In seinem Essay »Der große Showdown« geht's um Altersstarrsinn und Jugendwahn, um den derzeit so unversöhnlich debattierten Krieg der Generationen. Wann kommt es zum finalen Gefecht? Handelt davon nicht auch diese Kolumne?

> [szmagazin@sz-magazin.de](mailto:szmagazin@sz-magazin.de)

**Deutsch, VOSS, alert** – heißen die Magazine (die unisono aus Berlin kommen ...) und alle sind zuversichtlich, dass sie Leser und Anzeigenkunden finden. Die wenigsten dieser Newcomer haben einern großen Verlag im Rücken, einige sind so etwas wie Independent-Label. Das muss kein Nachteil sein.

Beispielsweise [ **Deutsch** ], das im Art Berlin Verlag erscheint. Ein Lifestyle-Magazin, das für ein neues luftiges globalisiertes, aber irgendwie doch deutsches Lebensgefühl steht. Selbstbewusstes Format, wertiges Papier, opulente Optik. Zum Start gibts als Dreingabe auf Seite Drei eine CD von Terravova. Danach folgt eine wilde Mischung: »RADARMUSIKREIS-INTELLIGENZFASHIONBEAUTINTERVIEW-FILM« – droht das Inhaltsverzeichnis. Und die Drohung wird konsequent umgesetzt. Wer Pop und Kommerz schon immer für ein naturbedingtes duales System gehalten hat, der liest und blättert hier mit Freude. Essays, Interviews, Porträts, vor allem viele, viele Mode-Fotos. Stellenweise brilliant – mitunter redundant. Vieles wirkt – spätestens ab der Mitte des Heftes – beliebig und austauschbar. Eine Heft-Dramaturgie ist nicht erkennbar. Oder doch? Heimatliebe Lifestyler mögen sich in der Edel-Fun-Lektüre zuhause fühlen, für mich ist [ **Deutsch** ] ein zeitgeistiges Zerstreuungspflaster, das sich über die weniger glänzenden Seiten des Alltags kleben lässt. So etwas mögen die Anzeigenkunden der Luxusindustrie. Ich langweile mich.



**ALERT > So stringent und klar wie das journalistische Konzept, ist die grafische Heftanmutung. Text und Foto – führen hier eine harmonische Koexistenz. Ich bin begeistert. <**



**DEUTSCH > Wer Pop und Kommerz schon immer für ein naturbedingtes duales System gehalten hat, der liest und blättert hier mit Freude. <**



**GREENPEACE MAGAZIN > Nicht zeitgeistiger Firlefanz, sondern zukunftsorientierte Information – sprachlich, optisch, dramaturgisch rundum lesenswert. <**

