

# 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) ]

workshop 04/2003  
18

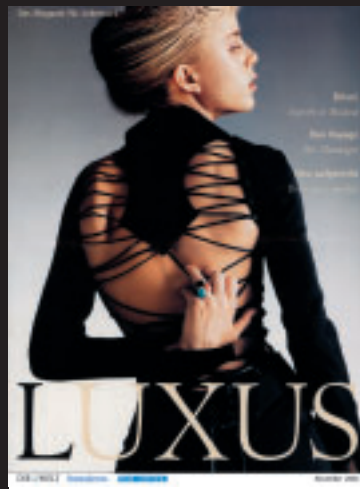
Es muss ein Ruck durch Deutschland gehen, fordert Roman Herzog. Jawoll, Herr Altbundespräsident! In Zeiten, in denen Sparen als nationale Tugend propagiert wird und Geiz Geil sein soll, stellen sich mutige Verlagsentscheider dem nörgelnden Zeitgeist entgegen und erfreuen uns mit neuen Luxus-Magazinen. Im Interesse der Konjunktur sollen aus Leser Konsumenten werden. Gucci, Fendi und Prada in Zeiten von Massenarbeitslosigkeit und Kampf um Zahnersatz? Darf das sein? Ist das nicht allein schon ein unverzeihlicher Luxus? Andererseits: Wann ist der richtige Zeitpunkt für ein Luxusmagazin?

Die Financial Times Deutschland war die Erste, die im 2001 aus den angestammten Niederungen der wirtschaftspolitischen »hard facts« ausbrach und sich dem luxuriösen Lifestyle auf Hochglanzpapier widmete. Mit Erfolg: Das großformatige Supplement [ **how to spend it** ] erschloss auf Anhieb eine lukrative Marktlücke. »Wir schreiben für die Leser, aber wir bieten auch ein attraktives Anzeigenumfeld« sagt die Herausgeberin Julia Jäkel. Ab 2004 soll das Erfolgsprodukt nun sechsmal erscheinen. Rund 13.000 Euro kostet eine Anzeigenseite, an Buchungen herrscht kein Mangel. Luxus liegt im Trend.

> *How to spend it, Financial Times Deutschland, Stuppenhuk 3, 20459 Hamburg*

Da wollen andere nicht zuschauen. Die Wirtschaftswoche legte Ende Oktober ihr Glamour-Magazin [ **five to nine** ] für 4 Euro an den Kiosk, die FAZ will mit ihrem 40seitigen Supplement [ **PIAZZA** ] ebenfalls Anzeigenkunden ködern und der Springer Verlag geht mit der Edel-Postille [ **Luxus** ], die als Supplement der Welt, der Welt am Sonntag sowie der Schweizer Handelszeitung beiliegt, an die Anzeigenfront.

> *wizwo@vhb.de*  
> *PIAZZA, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Hellerhofstrasse 2-4, 60327 Frankfurt am Main*  
> *LUXUS, Die Welt, Axel Springer Verlag, Berlin*



»Zum wahren Luxus gehört Bedenkenlosigkeit und Leichtfertigkeit. Aber müssen die Magazine deshalb so grauenvoll sein?«



Harte Konkurrenz für Magazine wie [ **doin' fine** ], das sich ebenfalls den »schönen Dinge des Lebens« verschrieben hat und diese Heft für Heft für den Trendsetter zelebriert. Das redaktionelle Konzept: Verlässliche Langweile. Kein Thema, das nicht woanders schon so oder ähnlich Thema war. Das Blatt kommt daher wie ein nobler Otto-Katalog. Ein offensichtliches Dilemma, mit dem auch die anderen Blätter ihre liebe Last haben. Sie bemühen gerne Begriffe wie Qualitätsjournalismus, entpuppen sich aber überwiegend als die übliche anzeigenfreundliche Texthäppchen-Melange aus Lifestyle-Themen, VIP-Homestories und penetranten PR-Geschichten über die »schönsten Golfplätze der Welt« und den »ultimativsten Wellness-Oasen«. Sicher: Zum wahren Luxus gehört Bedenkenlosigkeit und Leichtfertigkeit. Aber müssen die Magazine wirklich so grauenvoll sein? Alles austauschbar, beliebig, belanglos. Nichts Überraschendes, nichts Authentisches, nichts Glaubwürdiges. Buntbedruckte Imitation und Simulation schön verpackt.

> *info@doinfine.de*

Dass es auch anders geht, beweist [ **Stadt Ansichten** ], ein Magazin, das aus Wolfsburg kommt, viermal jährlich erscheint und bereits zahlreiche Preise für Konzept und Gestaltung bekam. Das aktuelle Heft widmet sich dem Thema Luxus. Es wird gefragt: Was ist Luxus? Was macht unser Leben exklusiv? Die Freiheit, Entscheidungen zu treffen, die einem gut tun? Oder ist Luxus jeglicher Aufwand, der über das Notwendige hinausgeht. Aber was ist das Notwendige?

> *stadtansichten@autostadt.de*

Die Antwort liefern die Blattmacher selbst: sie leisten sich den Luxus, ihren Lesern spannende Texte und faszinierende Fotos zu bieten. Und weil alles sehr unaufgeregt und uneitel daherkommt, ist es ein wunderbarer Lesegenuss. Oder purer Luxus.

