

„Zeitungen müssen unverwechselbar sein“

13. Bremer Verlagstreffen von MSP macht einer ganzen Branche Mut/ Neue Projekte setzen auf ein altes Material – auf Papier

Bremen (hail). Da soll noch einer sagen, dass die gedruckten Zeitungen ihrem Ende entgegengehen. Beim 13. Bremer Verlagstreffen von MSP (Medien Systempartner) wurden gestern im Park Hotel zwei innovative Medienprojekte auf Papier vorgestellt – und das in einer Zeit, in der die Branche doch nur noch über das Internet zu sprechen scheint.

Es ging um die sogenannte individualisierte Zeitung, die nahezu zeitgleich in Berlin und in der Schweiz entwickelt wurde. Das Prinzip, das gerade an ein paar tausend Personen getestet wird, ist relativ kompliziert, soll aber schon bald in mehreren Großstädten funktionieren. Die Leser können sich ihre persönliche Zeitung, die entweder „Niiu“ oder „Personal News“ heißt, aus verschiedenen Zeitungen zusammenstellen: „Die Politik aus der New York Times, den

Lokalteil aus einer Berliner Zeitung, die Wirtschaftsnachrichten aus dem Handelsblatt – das ist heute schon möglich“, sagt Wanja Sören Oberhof, der entsprechende persönliche Zeitungen bereits in der deutschen Hauptstadt herausgibt. In der Schweiz konnten Testpersonen im Internet aus zwanzig renommierten Tageszeitungen aus dem In- und Ausland ihr persönliches Exemplar komponieren, das am nächsten Tag dann von der Post zugestellt wurde. Dass sowohl die Schweizer als auch die Berliner auf Papier setzen, hat dabei einen einfachen Grund: „Papier ist nach wie vor das praktischste Material, wenn es um Nachrichten geht“, so Oberhof.

Das machte den Gästen des Bremer Verlagstreffens, das MSP-Geschäftsführer Adrian Göbel unter das Motto „Auf zu neuen Ufern“ gestellt hatte, Mut – genauso

wie der Vortrag von Menso Heyl. Der ehemalige Chefredakteur des „Hamburger Abendblatts“, der vor gut einem Jahr seinen Posten an Claus Strunz abgegeben hat, sieht „voller Zuversicht“ in die Zukunft der Zeitungen und des Journalismus – vor allem auf regionaler Ebene.

„Die Regionalzeitungen haben es einfacher als andere“, so Heyl, weil Deutschland „das Land der Regionen“ sei. „In den Provinzen ist Deutschland stark und das hat nichts mit Provinzialismus zu tun.“ Berlin müsse nach Berlin schmecken, Hamburg nach Hamburg und Bremen nach Bremen. „Zeitungsleser mögen keinen Einheitsbrei“, sagt Heyl weiter. Möglich, dass eine Weltmarke wie McDonald’s überall genau gleich schmecken müsse, um global Erfolg zu haben. „Zeitungen aber müssen unverwechselbar sein, und deshalb dürfen Redaktio-

nen auch nicht austauschbar werden wie Filialen von McDonald’s.“

Gleichzeitig würden gerade die Lokaljournalisten von der obligatorischen Nähe zu ihren Lesern profitieren. Denn zumindest sie, die früher so oft von Politik- oder Wirtschaftsredakteuren belächelt worden seien, dürften sich auch in der Krise relativ sicher sein „nicht von Zentralredaktionen überflüssig gemacht zu werden“.

Im Gegenteil: Auf sie, auf gute Journalisten, die an der Bildung und Kontrolle des Gemeinwesens mitwirken, käme es an, gerade jetzt, gerade im Onlinezeitalter. „Taub geworden von all dem Lärm und den Erschütterungen, die die digitale Revolution auslöst, merken leider manche nicht, dass es immer noch auf die Musik ankommt, die ein Orchester macht“, so Heyl. „Und damit auf gute Mitarbeiter.“