

26.04.2010 - 16:24 Uhr

European Newspaper Congress: Regional, aber mit Qualitätsanspruch

Wien (ots) -

Wien - "Zu denken geben ist unser Anspruch", sagte der Chefredakteur der "Stuttgarter Zeitung", Joachim Dorfs, heute Montag, dem ersten Tag des European Newspaper Congress. Dorfs Standpunkt ist für eine regionale Tageszeitung mehr als ehrgeizig. Er gilt auch seit Beginn der Reformphase 2009, in der sich die bis dahin sehr traditionell und konservativ gestaltete Zeitung grundlegend veränderte. Ihr Defizit wurde nicht zuletzt durch Marktuntersuchungen erkannt: "Die Leser lieben die Zeitung, wissen aber nicht warum", lautete eine der erschütternden Erkenntnisse. Eine andere: "Das Blatt gibt viel für den Kopf, wenig für den Bauch." Kurzum, emotionale und imagemäßige Defizite mussten beseitigt werden. Die "Stuttgarter Zeitung" modernisierte sich, ohne ihre Grundsätze zu verraten. Sie verschreibt sich einem für andere Blätter möglicherweise beispielhaften Experiment: eine Regionalzeitung mit überregionalem Qualitätsanspruch zu sein. Es war das eine "Frischzellenkur für Redaktion und Verlag", berichtet Vize-Chefredakteur Michael Maurer. Der Weg dorthin wirkt nicht revolutionär - auch Art-Director Dirk Steininger stand vor großen Herausforderungen. Die Zeitungsmacher entwickelten die attraktive Seite 1, die den Lesern den spannenden Einstieg erleichtert, akzentuierten Kommentar und Hintergrund, fassten große Themen auf der tägliche "Entdecken"-Seite zusammen und erweiterten den Kulturbegriff auf Musik, Film und TV. Das Wort steht bei der "Stuttgarter Zeitung" weiterhin im Vordergrund, hohes journalistisches Niveau bleibt auf den ersten Blick erkennbar. Geradezu radikal ging die portugiesische "i informação" vor und wurde deshalb zum "European National Newspaper of the Year" erhoben. Art-Director Nick Mrozowski schilderte, wie 2009 mit praktisch allen Traditionen gebrochen wurde, beginnend beim Format. Aus der großformatigen Tageszeitung wurde ein Kleinformat, jedoch mit klarer Ausrichtung: Die Zeitung sollte wie bisher für anspruchsvolle Leser gemacht werden. Strenge Ressortenteilung fiel den Zugeständnissen an die Leserbedürfnisse zum Opfer. Ein genialer Mix - etwa aus Politik und Wirtschaft - ist für sie besser verdaulich. Der Meinungsteil wurde ausgebaut. Präzise Information dominiert im Nachrichtenteil. "Wir beschlossen, ganz kurz zu sein", sagte Mrozowski. Und irgendwie ist ein tägliches Magazin für portugiesische Leser herausgekommen.<p> Dramatische Neuerungen auf dem Gebiet Grafik stellte Chiqui Esteban dar. Er leitet den Bereich Multimedia von lainformacion.com aus Madrid und ist einer der führenden Reporter im Bereich Multimedia-Infografik und Blogger auf <http://infographicsnews.blogspot.com>. Einen Überblick über die europäische Zeitungslandschaft gab der deutsche Zeitungsdesigner Norbert Küpper. Ergebnis: Trotz eines allgemeinen und - wie britische Beispiele zeigen - manchmal geradezu dramatischen Einbruchs der Auflagenzahlen haben einige Verlage großartige Erfolge vorzuweisen, zum Beispiel "Die Zeit" in Deutschland. Reformbestrebungen im Sinne der Hinwendung zu den Lesern sind europaweit festzustellen. Der European Newspaper Congress war am Montag durch Stadtrat Christian Oxonitsch eröffnet worden. Er wies auf den Auftrag der Medien hin, den Dialog mit mündigen Bürgern zu fördern. "Auch auf den sozialen Plattformen geht es um die Vermittlung von Botschaften. Die Überlebensfähigkeit der Medien hängt nicht nur von ihrer Wandlungsbereitschaft ab, sondern auch von den Konsumenten. Ob diese in der Lage sind, die Botschaft aufzunehmen", sagte Oxonitsch und plädierte für "Bildung, Bildung, Bildung". Johann Oberauer, Chef des gleichnamigen Medienfachverlages und Veranstalter des Kongresses, ist sich mit der Stadt Wien in einem Punkt einig: "Wien bietet die einzigartige Möglichkeit, europäische Netzwerke zu knüpfen." Der

European Newspaper Congress, der größte europäische Zeitungskongress, wird veranstaltet vom Medienfachverlag Oberauer mit den Zeitschriften "medium magazin", "Der Österreichische Journalist", "Schweizer Journalist" und "Wirtschaftsjournalist" und vom deutschen Zeitungsdesigner Norbert Küpper. Sponsoren sind die Stadt Wien, JTI/Austria Tabak und Vienna Insurance. Medienpartner ist die Tageszeitung "Die Presse".

Pressekontakt:

Johann Oberauer 0043/(0)664/2216643
Thomas Hofbauer 0043/(0)676/9223627

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100602218> abgerufen werden.