

Häppchenjournalismus als Markchance?

Zusammenfassung:

Große Tageszeitungen suchen immer wieder neue Leser, vor allem jüngere, als Abonnenten zu gewinnen. Eine Möglichkeit dazu bietet ein Tabloid, eine im Umfang und Format verkleinerte Ausgabe der Hauptausgabe. Sie bringen darin von wichtigen Beiträgen eine verkürzte Fassung. Das ist eine Chance. Doch die Gefahr ist groß, dass sich daraus ein unseriöser Häppchenjournalismus entwickelt.

Mark Twain spöttelte am Ende des 19. Jahrhunderts überheblich: „Die deutsche Tageszeitung ist die schwerfälligste, traurigste und langweiligste Erfindung des Menschen.“ Wagemutige Verleger großer Tageszeitungen, nicht nur in der so geschmähten deutschen Presselandschaft, nahmen vor einigen Jahren diese unfreundliche Bemerkung zum Anlass, frischen Wind durch den Zeitungswald wehen zu lassen. Für ausführliche Berichte in großformatigen, umfangreichen Tageszeitungen haben viele von Termin zu Termin gehetzte Erwachsene keine Zeit und Muße mehr. Auch viele junge Menschen zeigen oft wenig Interesse, regelmäßig eine Tageszeitung zu lesen, die sich dick und sperrig präsentiert. Die Zahl der Abonnenten bröckelt.

Es soll nicht unerwähnt bleiben, dass auch Fachzeitschriften mit diesem Problem zu kämpfen haben. Viele Redaktionen schreiben ihren Autoren vor, sich kurz zu fassen, was oftmals nur auf Kosten der Gründlichkeit einer Darstellung geht. In diesem Zusammenhang darf an die unseligen Readers-Digest-Auswahlbücher erinnert werden, in denen Romane „auf das Wesentliche“ zusammengestutzt wurden, damit sie in kurzer Zeit konsumiert – oft nur überflogen – werden konnten.

Englische Zeitungsverlage gaben das Vorbild

Kosteneinsparungen, das heißt vor allem Stellenabbau, im Zeitungsverlag die übliche Maßnahme, einen Zeitungsbetrieb in schweren Zeiten am Leben zu erhalten. Doch damit gewinnt man keinen einzigen neuen Leser. Um vor allem jungen Leuten – gut ausgebildet, erfolgreich, ehrgeizig und neugierig an allem Aktuellen – das regelmäßige Lesen einer Tageszeitung schmackhaft zu machen, besannen sich zu Beginn der 90er-Jahre

das letzten Jahrhunderts in Großbritannien die cleveren Vertriebschefs von „Times“ und „The Independent“ darauf, zusätzlich zu der Großausgabe eine verschlankte Ausgabe im kleineren Format und mit geringerem Umfang als Tabloid herauszugeben. Die wichtigen Artikel wurden auf das Wesentliche komprimiert, ohne an Seriosität einzubüßen, was den Inhalt angeht. Auch in anderen europäischen Zeitungsverlagen wie in Schweden werden Tabloid-Ausgaben hergestellt. Sie entsprechen dem englischen Wort „tabloid“, das ins Deutsche übersetzt zusammengedrückt, aber nicht ausgedünnt, heißt. Auch das Wort Tablette leitet sich davon ab.

Diese geschrumpften Ausgaben haben also nichts mit ordinären Schmutzblättern der Sensationspresse gemeinsam, die mit fetten Überschriften, schlüpfrigen Bildern und mageren Texten einfältige Gemüter täglich mit Neuigkeiten versorgen.

Auch in Deutschland macht das Schule

Im Dezember 2004 startete der Kölner Verlag DuMont Schauberg neben seinem „Kölner Stadtanzeiger“ die Tabloid-Zeitung „Kölner Stadtanzeiger direkt“ und verkaufte sie für nur 50 Cent. In Cottbus brachte die zur Verlagsgruppe Holtzbrink gehörende „Lausitzer Rundschau“ eine Tabloid-Ausgabe mit dem sinnigen Titel „20 Cent“ heraus und spricht damit gezielt die von der Strukturschwäche der Niederlausitz gebeutelten Menschen an. Als erste deutsche überregionale Zeitung wurde neben der klassischen Ausgabe



Abb.: Titel der „Welt kompakt“ vom 28. September 2006

„Die Welt“ gezielt für die Lesebedürfnisse junger Leser „Welt kompakt“ von Montag bis Freitag als Tabloid herausgegeben „Welt kompakt“ steht auch als PDF-Version im Internet und ist im Abonnement erhältlich.

Praktisches Handling wichtig

In Deutschland haben sich drei Zeitungsformate herausgebildet, auf die große Zeitungsdruckmaschinen nichtformatvariabel abgestimmt sind. Im Nordischen Format 400 x 570 mm erscheinen die großen umfangstarken überregionalen Tageszeitungen wie „Die Welt“ und „Süddeutsche Zeitung“. Das Rheinische Format von 350 x 510 mm haben Regionalblätter, das Berliner Format wird von kleineren Zeitungen bevorzugt. Je kleiner das Format, desto geringer sind die Druck- und Papierkosten. Daraus ergibt sich, dass, was die technischen Kosten betrifft, eine Tabloid-Ausgabe nur für die Verlage sinnvoll ist, die ihre Zeitung im Nordischen Format herausbringen. Zweifelsohne bequemer zu handhaben sind umfangschwache, kleinformatige Tabloids in der S-Bahn, in der Betriebskantine oder am häuslichen Frühstückstisch. Keinem Mitreisenden wird beim Umblättern vor der Nase herumgefuchelt, keine Kaffeetasse beim Lesen schusselig umgestoßen.

Journalistische Seriosität entscheidend

Das kleine Format und der davon abhängige niedrige Preis ist nur die eine Seite, die Aufbereitung des Inhalts die andere, die wesentlichere Seite. Tabloids brauchen in der Regel nur eine verkürzte eigene Redaktion, sie werden vom bestehenden Redaktionsteam mit betreut. Das erfordert kein zusätzliches Personal und spart vor allem aufwendige eigene Recherchen. Die Aufgabe der Redaktion besteht darin, den Umfang der Artikel der Hauptausgabe zu kürzen, zusammenzustreichen, ohne Verlust an Substanz, „Content Management“ also. Aber es besteht die Gefahr, dass sich aus dem seriösen Tabloid-Journalismus mit knapp formulierten überschaubaren Sätzen, einfacher Wortwahl, lesefreundlicher Gliederung, Hervorhebung des Wesentlichen, eindeutig den Text ergänzenden Abbildungen nach und nach ein oberflächlicher „Häppchenjournalismus“ herausbildet: Weglassen von Begründungen bei komplizierten Sachverhalten, Nachrichten ohne Erwähnung des sachlichen Hintergrunds, Herausstellen von kitzelnden Sensationen, Verwendung von

kumpelhaften Ausdrücken. Immer wieder muss sich also der Herausgeber eines Tabloids fragen, ob die journalistische Qualität ausreicht, Leser – vor allem jüngere – an die große ungekürzte Ausgabe als Abonnent heranzuführen. Auch das typografische Erscheinungsbild muss dem Leser Seriosität vermitteln, muss billige Effekthascherei vermeiden.

Aktualität ist ein Vorteil

Wie andere Tabloid-Zeitungen wirbt „Welt kompakt“ mit hochaktuellen Beiträgen aus den klassischen Ressorts Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Regionalia und Verschiedenes, weil der Redaktionsschluss erst um Mitternacht liegt. Über abendliche Sportergebnisse kann ebenso berichtet werden wie über die letzten Börsenkurse. Nach Meinung von Sachverständigen ist das Lesen eines Tabloids in einer guten halben Stunde zu schaffen.

Der komprimierte Journalismus hat sich längst auch in anderen Medien breit gemacht. Im TV-Krimi löst ein Ermittlungsteam selbst komplizierte Fälle in 45 Minuten. In der gleichen Zeit wird die reiche Tierwelt der Äußeren Mongolei abgehandelt. Zur Erklärung von Einsteins Relativitätstheorie steht nur eine Stunde zu Verfügung. Tabloids liegen also voll im Trend. Und das ist gut so, wenn ihre Beiträge in der Aufmachung pfiffig, im Stil klar, im Umfang übersichtlich und in der Auswahl aktuell sind. Dann kann man Mark Twains bissige Bemerkung: „Ich glaube, eine deutsche Tageszeitung bringt keinen nennenswerten Nutzen hervor“ getrost in den Papierkorb werfen.

Der Autor:
Hubert Blana hat in namhaften Stuttgarter Verlagen gearbeitet und sich jahrzehntelang in der Ausbildung von Buchhändlern und Verlagskaufleuten engagiert. Er ist Autor von Fachbüchern zur Buchherstellung und schreibt Fachaufsätze und Rezensionen zur Kultur des gedruckten Wortes.

