



© G M Tamponi - Fotolia.com

Im verschärften Medienwettbewerb steigen die Anforderungen an die Zeitungsgestaltung

Blattdesign

Erfolgsformel für Regionalzeitungen

Wie müssen Regionalzeitungen aufgestellt sein, um die Anforderungen ihrer Leser und Anzeigenkunden zu erfüllen? Wir haben uns bei Zeitungsdesignern erkundigt. Das Ergebnis: Regionalzeitungen sollten ihre Inhalte in luftigem Design mit großzügiger Bildsprache präsentieren und dabei alle Kanäle bespielen.

nb: Wie müssen regionale Themen visualisiert werden, um für den Zeitungsleser interessant zu sein?

Dr. Mario Garcia: Die regionale Presse hat den großen Vorteil, dass lokale Nachrichten für ihre Leser immer von Interesse sein werden. Mit der fortschreitenden Globalisierung und ständigem Nachrichtenfluss rund um die Uhr, sowie sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook die als Quelle genutzt werden, wird die regionale Presse mit ihrem tiefgründigen, historischen Wissen über lokale Gegebenheiten glänzen. Die traditionelle regionale Presse sollte aber nicht nur wie bisher lokale Nachrichten aufgreifen, sondern sie sollte ebenfalls über Freizeit, Sport, sonstige Aktivitäten und neue ‚Hot-Spots‘ berichten, vor allem im digitalen Bereich. Das sind die lokalen Themen, die die Leute zu schätzen wissen und die ihnen das Leben erleichtern.

Hans Peter Janisch: Die Zeiten, in denen ein großes Bild als ausreichende und tolle Visualisierung angesehen wurde, sind vorbei. Nicht das plakative, sondern das intelli-

gente grafische Umsetzen eines Themas ist heute gefragt. So sollten neben der Fotografie natürlich alle anderen grafischen Stilmittel herangezogen werden, wenn sie geeignet scheinen, den Inhalt zu unterstreichen. Ich denke dabei vor allem an die Illustration, die Collage, gute Freistellungen und natürlich an die Infografik. Erst ein Mix all dieser grafischen Möglichkeiten ergibt ein grafisch lebendiges Bild in einer Publikation, welches von Thema zu Thema variantenreich eingesetzt werden kann. Nichts ist schlimmer als eine immer gleiche Zeitung, auch wenn diese immer gleich große Bilder hat.

Rolf F. Rehe: Regionale Themen müssen so visualisiert werden, dass sie dadurch zusätzlich zum Lesen einladen. Makro-Design erstrebt eine klare, übersichtliche Anordnung und Hierarchie der Artikel. Beim Mikro-Design zählen freundliche und nicht zu kleine Textschriften. Zur Lesefreundlichkeit tragen wesentlich typografische Details wie Zwischentitel, Absätze, Zusammenfassungen

und ähnliches bei.

Christina Stuibler-Petersen: Regionale Themen haben beim Zeitungsleser Priorität. Deshalb platzieren immer mehr Tageszeitungen ihre Lokalthemen auf die Titelseite. Der Leser will schnell informiert sein. Deshalb sollte die lokale Berichterstattung kurz, knapp und übersichtlich gestaltet sein. Farbleitsysteme navigieren den Leser zu den Rubriken. Spannende Bildausschnitte in attraktiven Formaten geben den Artikeln die gewünschte Aufmerksamkeit.

nb: Welche Anforderungen muss eine Regionalzeitung erfüllen, um eine attraktive Werbepattform für den Anzeigenkunden darzustellen?

Dr. Mario Garcia: Gute redaktionelle Inhalte, die über die bloße Nachricht hinaus gehen, und die Bereiche Sport, Unterhaltung, Menschen, Wirtschaft und Lifestyle abdecken, sind für Anzeigenkunden attraktiv. Um attraktive Werbepattformen zu bieten, müssen diese Inhalte aber heute auf allen Kanälen angeboten werden: Auf dem Handy und Tablet, online und gedruckt. Die regionale Presse muss allen vier Plattformen gerecht werden, ich nenne es das "Media-Quartett".

Hans Peter Janisch: Der Themenmix einer Zeitung muss eine breite Angebotspalette abdecken. Neben den klassischen redaktionellen Einheiten wie Politik, Sport und Lokalem werden gerade als Anzeigenumfeld die "Living-Themen" immer wichtiger. Diese sollten idealerweise als einzelne Strecken und Bücher in der Zeitung erscheinen, aber auch im gesamten Zeitungsumfeld gestreut werden. Vor allem die Kombination redaktioneller Berichterstattung im Zusammenspiel mit besonderen Aktionen ist hier zu nennen. Hiervon profitieren vor allem Auto-, Immobilien- und Reisemärkte. Diese Themen können und dürfen dabei ruhig noch deutlicher magazinig gestaltet werden, vor allem im Bild-Textverhältnis.

Rolf F. Rehe: Sie muss gut gestaltet sein, damit gutgestaltete Anzeigen in einem entsprechenden Umfeld stehen. Anzeigen werden durch zusätzlichen Weißraum vom redaktionellen Text getrennt. Auf einer der ersten Seiten kann auf wichtige Anzeigen hingewiesen werden oder sie können im Inhaltsverzeichnis aufgelistet werden. Seitendesign reagiert auf Anzeigendesign. Neben Anzeigen mit großen Fotos werden keine großen redaktionellen Fotos gestellt. Andererseits werden neben Anzeigen mit viel Text redaktionelle Fotos platziert. Durch diesen visuellen Kontrast treten die Anzeigen noch besser hervor.

Christina Stuibler-Petersen: Der Kunde sollte die Vorzüge eines Medienhauses crossmedial nutzen können. Das bietet dem Verlag die Möglichkeit, Konzepte für den Kunden zu entwickeln und deren Kommunikations-Etat effektiv zu verplanen. Von Gestaltungsseite ist ein stringentes Corporate Design aller Werbeträger des Medienhauses erforderlich um die Dachmarke Tageszeitung erfolgreich zu promoten.

nb: Wie sieht die Regionalzeitung der Zukunft aus?

Dr. Mario Garcia: Ich glaube, dass die Zeitungen kleiner und kompakter werden, und vor allem Fotos, Graphiken und Illustrati-

onen nutzen, sowie die eigene Marke auf die verschiedenen Plattformen ausdehnen werden. Das Titelblatt sollte den Lesern Orientierung hinsichtlich des gesamten Inhaltes bieten. Dazu sollte die Lokalzeitung eine Farbgebung haben, die einen Wiedererkennungswert hat. Außerdem sollte sie auf mindestens zwei Seiten eine intensive Berichterstattung über die Menschen vor Ort bieten.

Hans Peter Janisch: Das Design der Regionalzeitungen hat sich in den letzten zehn Jahren bereits stark gewandelt. Jetzt erleben wir eine Veränderung der Inhalte. Die Zeitung als reines Nachrichtenmedium hat dabei ausgedient, längst haben unterhaltende aber auch hintergründige Inhalte die reine Nachricht abgelöst. Die Nachricht findet heute auf anderen Plattformen statt.

"Regionale Themen müssen so visualisiert werden, dass sie dadurch zusätzlich zum Lesen einladen."



DR. MARIO GARCIA
ist Geschäftsführer der Beratungsfirma Garcia Media mit Büros in den USA, Deutschland und Argentinien. Er ist seit über 30 Jahren als Zeitungsdesigner tätig und arbeitete mit über 450 Organisationen zusammen. Er redesignete u.a. THE WALL STREET JOURNAL, HANDELSBLATT und DIE ZEIT.



HANS PETER JANISCH
ist seit 1989 freischaffender Zeitungsdesigner und Berater der Zeitungsindustrie. Der Schwerpunkt seiner internationalen Tätigkeit liegt in der Neugestaltung von Publikationen, dem gestalterischen Aufbau neuer Objekte sowie der Beratung in allen Fragen rund um Design und Infografik.

Am längsten hält sich dabei noch im Lokalteil diese klassische Berichterstattung. Dort sind immer noch Themen wie die "Vereins-Jahreshauptversammlung" zu finden. Dies interessiert niemanden außer den Vorsitzenden und den Schriftführer. Hier im Lokalteil sind Themen und deren gute grafische Umsetzung gefragt, die die Menschen wirklich in ihrem Alltag interessieren, sie bewegen. Da dies nicht von Agenturen geliefert werden kann, ist es umso schwieriger, das Bedürfnis nach einer solchen Berichterstattung im Lokalen abzudecken. Aber Regionalzeitungen, die dies beherrschen, werden auch in einigen Jahren noch erfolgreich arbeiten.

Rolf F. Rehe: Sie ist weiblicher, weicher, sowohl inhaltlich wie auch im Design. Die gesamte Zeitung wird in Farbe gedruckt. Großformatige und daher unhandliche Seitenformate sind verschwunden und durch das handlichere Berliner Format oder das Tabloid-Format ersetzt worden. Design spielt auch bei kleineren Regionalzeitungen eine wichtigere Rolle.

Christina Stuiber-Petersen: Die Regionalzeitung hat Zukunft. Nur die Lesegewohnheiten werden sich weiter ändern. Durch die erhöhte Mobilität der Menschen werden die Informationen verstärkt digital konsumiert. Ein hoher Anspruch an die Redaktionen. Und: Eine Herausforderung für Zeitungsdesigner, da auch das Tablet-Format und Mobile medienadäquat umzusetzen sind.

nb: Das Design welcher Regionalzeitung halten Sie derzeit für besonders gelungen und warum?

Dr. Mario Garcia: Nun ja, ich war in das Design einer Vielzahl von regionalen Tageszeitungen auf der ganzen Welt involviert. Mir persönlich gefallen in Deutschland der Südkurier, die Saarbrücker Zeitung und das Hamburger Abendblatt sehr gut, um einige wenige Beispiele zu nennen. Sie stechen hervor, weil sie das Lokale betonen, leicht zu lesen sind und ihre Inhalte attraktiv präsentie-

ren. Die beste Regionalzeitung gibt nicht vor eine Großstadtzeitungen zu sein: Sie kennt ihre Gegend und deckt alles in ihr ab.

Hans Peter Janisch: Jede Zeitung hat ihre redaktionellen, technischen und gestalterischen Stärken und Schwächen. Angefangen beim Format des Blattes bis hin zur Drucktechnik und dem Redaktionssystem. So wäre für mich ein Mix vieler Zeitungen eine Idealsituation. Beispielfähig ist für mich die Regionalität des Fränkischen Tags in Bamberg, die starke Bildarbeit des Tageblatts in Luxemburg, der Themenmix der Fuldaer Zeitung, die Typografie der Stuttgarter Zeitung, um nur einige zu nennen. Jedes Design, das eine eigene Sprache spricht, ist für mich bemerkenswert. Nur wenn diese Gestaltung das Wesen der Pub-

blikation reflektiert, werde ich mich an die einzelnen Themen und die Inhalte erinnern. So ist mein Idealbild eigentlich ein Wechselbild, das angepasst ist an die Bedürfnisse der Leser und der Zeitung der jeweiligen Region.

"Die Regionalzeitung der Zukunft ist weiblicher, weicher, sowohl inhaltlich wie auch im Design."

Rolf F. Rehe: Da ich in Österreich (Wien) lebe, darf ich eine Zeitung von hier empfehlen. Die OÖNachrichten in Linz wurden von mir für über ein Jahrzehnt betreut. Ein neues Design wurde kürzlich von Lukas Kircher, dem momentan wohl erfolgreichsten und besten Designer im deutschsprachigen Raum, durchgeführt. Die Zeitung wirkt freundlich, etwas weich und weiblich, interessant, luftig und lebendig in ihrem Design.

Christina Stuiber-Petersen: Der Neue Tag, die Regionalzeitung aus Weiden, ist nach meiner Ansicht eine gelungene Synergie aus gutem Design mit optimaler täglicher Umsetzung. Übersichtlich durch ein Farbleitsystem, großzügiger Bildsprache und mit sehr vielen attraktiven Sonder-Veröffentlichungen ist diese Regionalzeitung besonders innovativ und leserorientiert aufgestellt für die Zukunft.

(Umfrage: Christine Lübbers)



ROLF F. REHE

ist gelernter Schriftsetzer und hat mit Zeitungen und Organisationen in 35 Ländern zusammengearbeitet. Er studierte Design und Journalismus in den USA und lehrte für ein Jahrzehnt an der Indiana University. Er ist als Berater für Typografie und Fragen guter Lesbarkeit tätig.



CHRISTINA STUIBER-PETERSEN

ist Kommunikationswirtin und Inhaberin der Firma Verlagsberatung | Training | Zeitungsdesign in Nürnberg. Sie verantwortete Medienkonzepte, Relaunch und Redesign von über 50 Tageszeitungen, Wochenblättern und Sonntagszeitungen in Deutschland und Österreich.