

"Zeit" will Inhalte enger verzahnen und Leser mehr einbinden

Hamburg (epd). "Die Zeit" will mit einer engeren Verzahnung ihrer Print- und Onlineangebote und einem intensiveren Dialog mit den Lesern der Zeitungskrise trotzen. Die Pläne gehen auf einen Innovationsreport zurück, den die Wochenzeitung nach dem Vorbild der "New York Times" erarbeitete, sagte Chefredakteur Giovanni di Lorenzo dem epd. Demnach sollten die Leser künftig stärker als bisher in die Gestaltung von "Zeit" und "Zeit Online" einbezogen werden, sowohl durch mehr Möglichkeiten zur Mitbestimmung als auch durch Marketingmaßnahmen.

Aus der Vielzahl von Ideen aus allen möglichen Bereichen sollen zunächst drei Anregungen umgesetzt werden, sagte di Lorenzo. Davon zielten zwei Punkte auf eine engere Verschränkung der gedruckten und der digitalen Angebote und einer auf mehr Leserbindung. Vorgesehen seien "Magnetpunkte" zwischen Print und Online: "Wir wollen einzelne journalistische Projekte punktuell verzahnen und verstärkt Geschichten auf beiden Kanälen spielen", sagte der Chefredakteur.

Aus dem Report habe sich ein "ganzheitliches Erneuerungskonzept ergeben". "Es lässt sich nicht auf eine bestimmte redaktionelle Idee oder ein bestimmtes Geschäftsmodell reduzieren", betonte di Lorenzo. An dem bereits im vergangenen Jahr angeschobenen Bericht hätten sich 115 Mitarbeiter aus Redaktion und Verlag sowie 50 externe Experten beteiligt. Es seien auch "radikale Ideen" eingebracht worden, etwa zu einer Abschaffung der Ressorts.

Ihm sei aufgefallen, dass vor allem jüngere Kollegen stets auch die finanzielle Machbarkeit ihrer Vorschläge mitbedacht hätten, sagte der Chefredakteur: "In meiner Generation gab es ja noch extreme Vorbehalte gegen die Frage der Monetarisierbarkeit." Heute dagegen könne man das Problem, wie wegbrechende Erlöse ausgeglichen werden könnten, nicht mehr ausblenden. Es seien aber nie journalistische Standards wie die Trennung von Redaktion und Anzeigen infrage gestellt worden, betonte er.

Es wäre anmaßend zu behaupten, dass das Konzept eine Stabilisierung der "Zeit"-Auflage gewährleisten werde, sagte di Lorenzo. Bisher jedoch stehe die Wochenzeitung im Vergleich zu einigen Konkurrenten gut da. "Selbst wenn wir die digitale Auflage abziehen, haben wir immer noch mehr Printauflage als vor zehn Jahren", erklärte er.

Im vergangenen Jahr hat die "Zeit" zwei Prozent ihrer Auflage verloren und verkaufte im ersten Quartal des Jahres noch 505.073 Exemplare. Die "Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung" verlor im gleichen Zeitraum fast zehn Prozent an Auflage und fiel auf 288.123 Exemplare.

Verfasst wurde der Innovationsreport von der Redakteurin Anne Kunze (34) aus dem Investigativ-Ressort der "Zeit" und dem stellvertretenden Chefredakteur von "Zeit Online", Martin Kotynek (31). Beide wurden von einem aus sechs Personen bestehenden Team aus beiden Redaktionen und aus dem Verlag unterstützt.

Kotynek betonte beim Evangelischen Medientag in Kassel die Bedeutung von Mobiltelefonen und sozialen Netzwerken für die Verbreitung von "Zeit Online". Allein die Reichweite über Facebook habe sich in nur einem Jahr verdoppelt, sagte er am Mittwoch.

Die Redaktion von "Zeit Online" arbeitet unabhängig von der "Zeit", stellt allerdings auch eine begrenzte Zahl von Printartikeln online. Besonders hoch sei die Online-Nutzung bei Lesern im Alter zwischen 18 und 29 Jahren, sagte Kotynek.

Ältere Menschen griffen hingegen lieber zum klassischen Printprodukt. Der kostenlos einsehbare Online-Auftritt diene auch dazu, Leser für die "Zeit" als gedruckte Ausgabe oder E-Paper zu gewinnen.

Nutzer des Online-Auftritts seien keineswegs nur an kurzlebigen oder flüchtigen Informationen interessiert, erklärte der stellvertretende Chefredakteur: "Die Menschen wollen Tempo und Tiefe zugleich auf dem Handy."

Auch umfangreichere Artikel, die online zugänglich sind, würden bis zum Ende gelesen. Besonders erfolgreich seien Aktionen gewesen, bei denen Leser zum Mitmachen aufgefordert wurden. Als Beispiele führte Kotynek Umfragen zu guten Bäckereien in deutschen Städten und zu den Zinsen für Dispokredite der Banken vor Ort an.