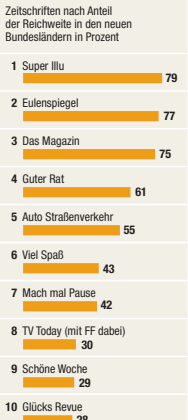


Top Ten Ost



Quelle: ARD, 2010, WK, Westgebietsgruppen, eigene Recherche



„Was drüben geschah“: Renovierte Plattenbauten in Zwickau-Eckersbach. Foto: Thomas Schalkow/SZ

Report Zwickau

Mehr als 20 Jahre nach der Wende werden im Osten immer noch ganz andere Magazine als im Westen gelesen

Als die *Super Illu* Mitte September ihren Medienpreis Goldene Henne im Berliner Friedrichstadtpalast verlieh, flog der Künstler Christo aus New York ein, Paul Potis kam aus Bristol und Peter Ramsauer aus dem Bundesverkehrsministerium. Neben den 20 Jahren der Wiedervereinigung wurde an diesem Abend auch der 20. Geburtstag der *Super Illu* (Burda) gefeiert. Noch lange nach Mitternacht stand Illu-Chefredakteur Jochen Wolff an der Tanzfläche. Er zog an einer Zigarette, man sah ihm an, dass er stolz war auf sein Magazin, das mit Abstand erfolgreichste aus dem Osten Deutschlands.

Zu anderen Medienpreisen eilen gewöhnlich auch die wichtigen Journalisten Deutschlands, die Goldene Henne allerdings war eine Veranstaltung, die so gut wie dem Chefredakteur eines westdeutschen Magazins lockte. Da muss Jochen Wolff wieder gemerkt haben, dass er in einer Parallelesellschaft publiziert. Jede Woche wird die *Super Illu*



400 000-mal verkauft, das Heft bindet mehr als drei Millionen Leser. Laut AWA-Reichweitenanalyse stimmt die Bewertung zwar nicht ganz, dass die *Illu* „mehr Menschen in den neuen Ländern erreicht als Stern, Spiegel, Focus und Bunte zusammen“ – aber mehr als Spiegel und Stern sind es.

Im Printgewerbe steht auch zwei Jahrzehnte nach der Wende eine Mauer der

Gewohnheiten. Titel aus dem Osten werden im Westen ignoriert, umgekehrt ist es genauso. Zeitschriften aus der BRD haben es im früheren DDR-Gebiet zwischen Ahlbeck und Zwickau schwer: 20 Prozent der Deutschen lebt in den neuen Ländern, die Verlage der Westzeitschriften verkaufen dort aber nur zehn Prozent ihrer Auflage. Es gibt Tankstellen, die beziehen montags nur ein Exemplar des Spiegel, und das Nachrichtenmagazin bleibt dann auch noch bis zum kommen-

den Montag liegen. „Wir sehen, dass sich der Verkauf in Ostdeutschland zugunsten jüngerer Titel am Markt entwickelt“, sagt Stern-Verlagsgeschäftsführer Thomas Lindner. Entscheidend werde sein, „wie wir Relevanz erzeugen in einer Gesellschaft, die sich ost-west-übergreifend wandelt“. Strategisch gelte es, Titel so auszurichten, „dass sie die akut wahrgenommene Komplexität im Hinblick auf Bildung, Arbeit und Lebensentwürfe

Mehr Fernsehkonsum führt folgerichtig zu einer hohen Nachfrage bei TV-Zeitschriften.

abbilden und herunterbrechen können, durch ihre Positionierung, innere Struktur und neue Formate der Vermittlung.“

Das ist akademische Verlagssprache, doch Lindners Power-Point-Satz erklärt sich beim Blick auf die Reichweiten- und Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) sowie der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse (AWA) trotzdem: Denn nach werden im Osten Frauenmagazine, Ratgeberblätter und Fernsehzeitschriften am häufigsten gelesen. Es gibt dazu zwei zentrale Erkenntnisse: Um im Osten gelesen zu werden, sollte eine Zeitschrift nicht auf Strukturmotiven setzen, und sie sollte nicht zu teuer sein.

Die *Super Illu* bildet mit biederem Charme, den unvermeidlichen Schlagern und DEFA-Stars sowie Hartz-IV-Ratgebern zwar längst nicht mehr die gesamte Realität in den fünf neuen Ländern ab. Trotzdem ist ihr Erfolg – vor allem beim älteren Publikum – ungebrochen. Und sie kostet wenig, 1,50 Euro, der Spiegel dagegen mit 3,40 Euro mehr als das Doppelte.

Auch Manuela Thieme, Chefredakteurin der Zeitschrift *Das Magazin* aus Berlin, spürt den Unterschied. „Für Ostdeutsche sind drei Euro im Monat für unser Heft schon viel Geld, unsere westdeutschen Leser sind dagegen überrascht, wie viel ihnen dafür geboten wird.“ Ihre Zeitschrift, in Zeitungen schon einmal als *New Yorker des Ostens* gelobt, ist die Antithese zur *Super Illu*. Es gibt darin lange Reportagen, Satiren von Wiglaf Droste und auch Fotokunst.

Nur in einem gleichen sich die Blätter: Politik spielt keine große Rolle. Kontroversen seien nicht so beliebt im Osten, sagt Thieme, vielleicht, weil solche Auseinandersetzungen oft zu Lasten der Ostdeutschen enden – so fragte beispielsweise der Spiegel, „1250 Milliarden Euro Aufbau Ost – Wofür?“

Wenn über die neuen Länder berichtet werden, findet Manuela Thieme, dann oft in einer Art „Hospitalismus-Journalismus“. „Der Osten gilt mit Neonazis, Hartz IV und Stasi-Themen oft als Problemzone. Man begibt sich über ihn wie über einen kranken Patienten.“

Manchmal werden die Leser in den neuen Ländern aber auch einfach nur

falsch angesprochen. Als der Stern vergangenes Jahr die Serie „Sechzig Jahre BRD“ druckte, erschien bei jeder Folge auch die Rubrik „Was drüben geschah“. Für 16 Millionen Ostdeutsche bedeutet „drüben“ jedoch bis heute: der Westen.

Aber auch Magazine wie *Brand eins*, *Landlust* oder *Freundin* haben nur mäßigen Erfolg im ganz nahen Osten. Mit den Journalisten, die man lese, „markiert man natürlich auch seinen Status“, sagt Tim Sommer. Sommer leitet den Kunsttitel Art und ist der einzige ostdeutsche Chefredakteur eines wichtigen Magazins aus dem Westen. In Ostdeutschland, weiß Sommer, lebten einfach viel weniger Menschen in urbanen Gegenden und mit hohem Sozialstatus.

Statusunterschiede führen zu Kaufkraftunterschieden. Heftpreise um sechs Euro werden in den neuen Ländern selten akzeptiert, sagt der Kölner Zeitschriftenforscher Andreas Vogel. Magazine wie *Das Magazin* oder das Satireheft *Eulenspiegel* seien zwar „Bückerware“ in der DDR gewesen, waren aber trotzdem preiswert. Heute kosten Zeitschriften mehr. Fernsehen ist dagegen kostenlos: Seit Jahren steigt im Osten der TV-Konsum durchschnittlich fünf Minuten schauen die Menschen in den neuen Bundesländern länger fern am Tag als in den alten. Dass im Programmzeitschrift *TV 14* der absolute Top-Seller im Osten ist – noch vor der *Super Illu* – liegt also auf der Hand. Alle zwei Wochen werden mehr als eine halbe Million TV-14-Exemplare verkauft. Auch *TV Spielfilm*, *TV Digital* und *TV Movie* laufen gut.

Beliebt ist auch die *TV Today* – ein Drittel der Auflage verkauft das Heft im Osten. Das liegt vor allem daran, dass die Abonnenten der 1996 eingestellten DDR-TV-Zeitschrift *FF* dabei die TV-*Today* erhalten. Noch heute liegt dem Burda-Blatt ein mehrseitiges *FF* dabei-Supplement bei.



Nach der Wende hatten die großen westdeutschen Verlage versucht, ostdeutsche Titel zu erhalten und den neuen Markt im Osten zu versorgen. Die in der Theorie gut ausgedachten Experimente scheiterten oft, weil die neuen Bundesbürger anfangs mehr an Westzeitschriften

interessiert waren und weil die Verlage auch nicht den richtigen Ton traf. Auch das große Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr gab bald entervert auf: *Das Magazin* sollte in einen Ost-Playboy verwandelt werden, doch bereits 1992 ließen die G + J-Manager davon wieder ab, 1997 beendeten sie dann auch ihr Engage-



ment bei der angesehenen Wochenpost. Die DDR-Titel, die sich halten konnten, sind heute die Zeitschriften mit dem größten Anteil an verkaufter Auflage in den neuen Ländern: egal ob das *nun Gu*ter Rat ist, *Das Magazin* oder *Auto Straßenverkehr* (siehe Tabelle).

Ein entscheidender Kaufreiz ist der niedrige Heftpreis.

Mit Ausnahme des Berliner *Magazin* zeichnen sich diese Blätter vor allem durch schnörkellosen Verbraucherjournalismus aus. Die größten Fälle im Internet, die preiswertesten Fälle, die besten Kauf Tipps für gebrauchte Wohnanlagen. So Sachen eben. Mit konkreten Hinweisen wird dem Lesern Halt gegeben im immer undurchsichtigeren Kapitalismus. Außerdem schonen sie mit Copypreisen um 1,40 Euro den Geldbeutel.

Auch bei den Frauenzeitschriften zeigt sich, dass der Preis einen wichtigen Kaufreiz darstellt. *Mach mal Pause*, *Viel Spaß*, *Glücksrevue* und *Freizeitwoche* haben die höchsten Ost-Anteile innerhalb ihrer Reichweiten: Fast jede zweite Ausgabe von *Mach mal Pause* wird in ostdeutschen Wohnzimmern durchgeblättert. Die anspruchsvollere *Brigitte* findet nur etwa jeden zehnten Leser in den neuen Bundesländern.

Zwei Trends zeichnen sich gegenwärtig ab: Zum einen setzen sich Hefte, die nach 1990 in den Markt kamen, meistens besser im Osten durch als im Westen, so *National Geographic*, *News* oder *Computer Bild*. Zum anderen verlangen Jugendliche aus Ost und West an den Kiosken heute überwiegend das Gleiche: die gute und alte *Bravo*.

Der Druck der Kollegen

„Schwäbische Zeitung“: Kritischer Regionalchef kehrt zurück

Am Ende war der Protest wohl zu laut – und die Angst vor dem Imageschaden zu groß. Die *Schwäbische Zeitung* hat an diesem Freitag mitgeteilt, dass ihr erst vor knapp zwei Wochen freigestellter Regionalchef Ulrich Mäule von kommender Woche an wieder seinen Job ausüben darf. Der 53-jährige Journalist, der seit 25 Jahren für die Regionalzeitung (Verkaufslaufzahl: 176 000 Exemplare) arbeitet, war am Montag vergangener Woche wegen eines Artikels aus einer von ihm verantworteten Lokalausgabe seines Postens entlassen worden.

In dem Bericht, der bei den Lesern für einige Aufregung sorgte, ging es um einen Fall sexuellen Missbrauchs, den ein Bürgermeister, der eng mit dem Täter verknüpft ist, unter dem Titel seiner Gemeinde kehren wollte. Die *Schwäbische Zeitung* hielt trotz etlicher Solidaritätsadressen für den Kommunalpolitiker an dem Artikel fest, nicht aber an ihrem Regionalchef. Die Entscheidung, Mäule freizustellen, traf der Geschäftsführer des Schwäbischen Verlags, Kurt Sabathil.

Als der Rauswurf bekannt wurde, regierten Mäules Kollegen entsetzt. Und nicht nur sie. Auch immer mehr Leser liefen in den Redaktionen der Zeitung an, schrieben E-Mails und protestierten. An diesem Donnerstag soll Sabathil ange-

sichts der anhaltenden Wucht der Kritik eingeknickt sein und sich bereit erklärt haben, Mäule genau dort wieder einzusetzen, wo er ihn selbst gerade erst entlassen hatte. Zuvor, hört man, soll er dem Regionalchef verbietet andere Posten im Blatt angeboten haben. An diesem Freitag um 10.45 Uhr informierte der Chefredakteur der *Schwäbischen Zeitung*, Ralf Geisenhanslke, die leitenden Redakteure per Mail über das Ende von Mäules Zwangsurlaub: „Ab Montag setzt er wieder an seinem Schreibtisch in Biberach.“ Geisenhanslke war zuvor auch kritisiert worden. Seine Strategie der diplomatischen, stillen Verhandlungsführung interpretierten etliche Mitarbeiter der Zeitung als Schwäche. Vorgangene Woche hatte sich der Chefredakteur hinter eine Verlegererklärung gestellt, die Mäules Rauswurf als „Beitrag zur Versachlichung der Diskussion“ darstellte und auch viele Fragen offen ließ.

Bis heute. Denn so erfreulich der Ausgang der Affäre für Mäule sein mag, so nebulös bleiben die Hintergründe von Sabathils Eingriff. Wie zu hören ist, wollen die leitenden Redakteure beim Geschäftsführer und den Verlegern auf eine nachhaltige Klärung des Falles pochen. „So etwas“, sagt einer von ihnen, „darf sich nicht wiederholen.“ MARC FLIX SERRAO

Zustand Heimat

Im Broder-Mobil durch die deutsche Wirklichkeit

„Sind Sie integriert?“ Der ältere Herr, der seinen kugeligen Körper unter einem dunklen Leinwandmantel verbirgt, schaut dem südlich aussehenden jungen Bäcker mit gespielter Strenge an. Der zögert keine Sekunde: „Hundertprozentig!“ Außerdem unverheiratet, viel im Ausland, aber wenig mit dem Ausland nicht abgeneigt. „Und Sex vor der Ehe?“, fragt der Gast. „Un erwünscht“, antwortet der Bäcker, „also für die Frau.“ Bei der gehe sonst ja „die Ehre...“ Ich meine, der Broder heißt Henrik Broder, 64, ist in seinem Element.

Entweder Broder – Die Deutschland-Safari heißt der neueste Spielplatz des beliebten Berufsprovokateurs. Die fünfteilige Reihe, die von diesem Sonntag an spätabends im Ersten läuft, begleitet Broder zu Minderheiten aller Art. NPD-Männer sind dabei, DDR-Nostalgiker, Friedensaktivisten, jede Menge muslimische Broder fährt mit dem knallbunten besprühten alten Volvo 760 durchs Land, 30 000 Kilometer. Hinten sitzt sein Hund, ein Terrier namens Wilma. Neben ihm sitzt Hamed Abdel-Samad, ein junger Ägypter und Mitglied der deutschen Islam-Konferenz. Zusammen suchen sie den deutschen „Zustand“ (ARD). Die Idee ist an sich gar nicht überl. Man lässt

die alte Schreckschraube Broder hinfahren, wo's weht tut. Doch das Ergebnis wirkt seltsam matt. Vielleicht liegt es daran, dass hier ein polnischer Jude und ein ägyptischer Moslem als Abgesandte der autochthonen Mehrheit dabei geschickt werden, wo die ARD im Jahr Null nach Sarrazin geschweibliche Minderheiten vermutet. Doch wo eine Minderheit eine andere vorführt oder deutsche Tabus antippt, bleibt Provokation eine Pose. Bessere Beispiele ist die Aktion, um die Herr Broder mit dem Titel „Holocaust-Mahmal“ verkleidet sich als Pappmaché-Stein vor Holocaust-Mahmal in Berlin. Und es passiert nichts.

Die Sendung keine „politischen Schutzzone“, wirbt die ARD. Dafür ist sie erstaunlich konfrontationsarm. Egal ob sich der muslimische Bäcker ins Mittelalter redet, die NPD-Scheitel ihre Rassenlehren ausbreiten oder weltläufige DDR-Kommunisten die Minderheiten verhören: Broder lauscht nur. Erst hinterher, im Auto, wenn nur noch der Ägypter und der Hund hinhören, schimpft er los. Er selbst ist schon gut integriert in dieses Land und seine Sitten.

Entweder Broder – Die Deutschland-Safari, ARD, sonntags, 23.35 Uhr.

Viel Wind

Das ZDF spielt sich als Schlichter von Nachbarschaftstreitereien auf

Mit Humor darf man eigentlich nicht rechnen. Zu engstirnig beharren sich die Nachbarn. Aber dann stellt sich heraus, dass der eine dem anderen eine Mausefalle in den Briefkasten gesteckt hat – weil er immer eingeschmuppt sei. Eine kleine ironische Botschaft, die nicht als solche verstanden werden ist. Statt dessen: Erregung. Das Wort „Anschlag“ fällt. Man muss jedoch wissen: Die Mausefalle war nicht gespannt.

In der Sendung *Immer diese Nachbarn!* *Ein Fall für Schöns* – das ZDF ordnet sie als Dokumentation ein – wird solche relevante Information erst einmal zurückgehalten. Offenkundig, um mehr Wind machen zu können. Zwar spannt das ZDF einen Schlichter ein, Herbert P. Schöns, Anwalt und Notar aus dem Rheinischen, aber zugleich bauscht es Konflikte auf, macht Stimmung. „Einen üblichen Haushalts Streit hat Schöns schon mal nicht vor“, muss sich eine Partei im Off-Kommentar vorhalten lassen, es wird also vorverurteilt, nur weil der Hausfluß nicht den Einrichtungsidealen einer öffentlich-rechtlichen Fernsehredaktion entspricht. Schlichter Schöns, dem an der TV-Präsenz gelegen ist, wird inszeniert wie der neue Sheriff, der Ordnung herstellt im zuvor rechtlosen Stadtteil. Wie hilflos müssen Menschen sein, um ihre Hoffnungen ans ZDF zu richten? st

Immer diese Nachbarn! Ein Fall für Schöns, ZDF, Samstag, 14 Uhr. Weitere Folge am 13.11. – Buch und Regie: Iris Breyer.

Assange mag die Schweiz

Julian Assange, Gründer der Enthüllungswebseite WikiLeaks, erwägt politisches Asyl in der Schweiz zu beantragen. Vertreter des Pentagon und der amerikanischen Justizbehörden hatten angekündigt, gegen den australischen Staatsbürger vorgehen zu wollen, dessen Website zuletzt geheime US-Militärpapiere zu den Kriegen im Irak und in Afghanistan veröffentlichte. Assange sagte dem französischen Schweizer Fernsehkanal RTS, er überlege auch, den Sitz von WikiLeaks in die Schweiz zu verlegen, um diese von dort aus in Sicherheit betreiben zu können. Schweden hat Assange eine Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis versagt. Die schweizerische Staatsanwaltschaft ermittelt gegen ihn wegen des Verdachts der Vergewaltigung und sexuellen Belästigung. Assange bestreitet die Vorwürfe. REUTERS/SZ

Hässlich zieht nicht

Sat 1 stellt die Televonella *Ugly Betty* ein. Der Marktanteil habe zuletzt bei 6,9 Prozent gelegen, sagte eine Sprecherin des Senders an diesem Freitag. Die letzte Folge soll am 13. November ausgestrahlt werden. Die Serie wird seit 2007 gezeigt und war wegen schlechter Quoten mehrfach abgesetzt und doch wieder ins Programm genommen worden. Auch der Titel wurde verändert, zuletzt lautete er *Betty - Allein unter Models*. Auf dem bald freien Sendestütz (Samstag, 13.55 Uhr) sind zunächst Wiederholungen von TV-Filmen geplant. Was man eben so im Archiv liegen hat. SZ

Verantwortlich: Christopher Keil

Berlin
Berlin-Besucher
10 Komfortapartments, 2-4 Pers. in Berlin Mitte ab € 56,- 2Pers. Nacht ab 3 Betten...
Buchungstelefon 030 288 79 200
www.pispenberg-berlin.com

Brandenburg
Hotel MARGRT, 400 m vom Kurpark, 200 m vom Kurpark
Dl. U. DU. W. 030/8918859 Fax 03022228

Sachsen-Anhalt
Ferienhaus am Scharmützelsee!
www.schlosspark-badsaarow.de

Allgäu/Bayr. Schwaben
Geschenkkarte für Eltern und Großeltern
www.winter-in-den-bergen.de

Oberbayern
Die absolute Neujahrs-Sensation!!!
6 Tage Wellness € 300,-
inkl. HP, Cocktailsplang mit Galabuffet, Candlelight Dinner, Hallenbad, Sauna und Dampfbad p. Pers. nur

Hotel Alpenhof
Zimmer mit absolutem Hochschlafort. Hohe Freizeitwerte: Ski, Wandern, Langlauf usw.
Dieses super Angebot ist nur buchbar bis 14.11.2010

Städtetouristen von Aachen bis Zürich
Die schönsten Reiseziele – jeden Donnerstag in Ihrer Süddeutschen Zeitung
Seien Sie anspruchsvoll. Süddeutsche Zeitung

LINDNER HOTELS & RESORTS
Wellness in den Lindner Hotels & Resorts
EINMAL ICH INDIVIDUELL
Deutschland • Österreich • Schweiz • Spanien
www.lindner.de/wellness