

10/2001

Medium

Informationen für Journalisten

Magazin

www.mediummagazin.de

Foto: Barbara Klemm · Medium Magazin · Postfach 1152 · 83381 Freilassing · 16. Jahrgang · ISSN 0178-8558 · Euro 4,60 DM 9,- SFr 8,- öS 63,- · Y9072 E

FAZ-Herausgeber
Frank Schirmacher
über die *Sonntagszeitung*
und das Wesen des
modernen Feuilletons:

Der neue Weg



MediumMagazin-Special zum Thema Terrorismus

MEDIEN

Die Folgen des
11. September

ANALYSE

Die (Ohn)-Macht
der Worte

RECHERCHE

Welche Experten
kann man fragen?

Der neue Weg

FAZ-Herausgeber-Sprecher Frank Schirmacher über das Ziel der neuen Sonntagszeitung und seine Vorstellungen von einem zeitgemäßen Feuilleton.

Interview: Annette Milz, Fotos: Barbara Klemm

? Herr Schirmacher, wie nennen Sie in Kurzform Ihr neues Produkt?

! Niemals FAS! Sie heißt FAZ-Sonntagszeitung! Die Leute sollen und werden sagen ‚Ich möchte die Sonntagszeitung‘. Den Namen gibt es nur einmal, und der wird sich einbürgern.

? Warum sollen Leser künftig die Sonntagszeitung verlangen?

! Im Gegensatz zur wilhelminischen Zeit, zu der sonntagmorgens um 11 Uhr in eiskalten Salons Pflichtbesuche empfangen wurden, bekommt heute zu dieser Zeit nur noch der Gast Einlass, der nicht langweilt, kein Unwohlsein in der entspannten Sonntagmorgensituation verursacht und gleichzeitig das Neueste aus der Welt mitbringt. Die *Sonntagszeitung* wird ein solcher Gast sein, denn sie betritt einen ganz privaten Bereich des Lesers und damit werden wir spielen.

? Vor dem Start der Berliner Seiten sagten Sie einmal, diese sollten eine Art Popgruppe im Vorprogramm zum Konzert des Hauptblattes sein. Was soll denn die Sonntagszeitung für die FAZ sein?

! Musikalisch gesehen eine Matinee: Das ist traditionell etwas sehr Erfreuliches, etwas Frisches, zu dem auch Nicht-Musikliebhaber Zugang finden können.

? Welchen Ton soll ein Sonntagsblatt pflegen?

! Am Sonntag haben heute selbst die Christen Zeit - Zeit für die Beschäftigung mit Grundsätzlichem und Unterhaltsamen. Also sollte der Ton eingängiger im Sinne von voraussetzungsloser sein. Wir alle wissen, dass Teile der *FAZ* - das gilt auch für das Feuilleton - manchmal schwere Kost sein können, auch sein müssen gelegentlich. Das sehe ich bei der *Sonntagszeitung* nicht so. Der Sonntagston ist ein leichterer Ton, möglichst ohne Predigtelemente und ohne missionarischen Eifer.

? Was bedeutet das in Zeiten von so außerordentlichen Krisen und Bedrohungsszenarien, wie wir sie derzeit erleben? Kann man da einen leichteren Sonntagston wahren?

! Nein, da geht es um Information.

? Sind die Leser nicht auch der vielbeschworenen Leichtigkeit überdrüssig?

! Die Sonntagszeitung ist keine Zeitung, die eine Woche am Kiosk liegt. Wir werden ein hochaktuelles Produkt machen und Nachrichten haben darin einen sehr hohen Stellenwert, bis einschließlich der News am Samstagabend. Das garantieren schon die erstklassigen Profis in der neuen politischen Redaktion wie Michael Inacker. Aber das gilt auch für andere Bereiche: Dass der Sport eine große Rolle spielen wird, ist evident.

? Welche Zeitungen haben Sie bisher sonntagmorgens gelesen?

! Keine, ich schaue höchstens mal ins Internet. Wenn ich den *Spiegel* nicht schon samstags bekäme, würde ich ihn gerne sonntag morgens lesen. Zu Kai Diekmanns Zeiten musste ich mir die *Welt am Sonntag* kaufen, allein um zu sehen, wie er die *FAZ* immer wieder eiskalt ausgeschlachtet hat.

? Für die Sonntagszeitung haben Sie und Ihre Kollegen auch Redakteure aus anderen Redaktionen requiriert. Was sollen beispielsweise die ehemaligen *SZ*-ler wie Claudius Seidl mitbringen, was Sie nicht selbst schon im eigenen Haus haben?

! Das Feuilleton der *Süddeutschen* war die einzige Konkurrenz der *FAZ*, gemacht von Leuten mit einem außerordentlichen journalistischen Talent, die noch dazu gelernt haben, den Mangel zu verwalten. Außerdem haben sie eine gewisse produktive Konkurrenzhaltung zur *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* verinnerlicht, was der Sonntagszeitung jetzt zugute kommt - im Sinne ei-

INTERVIEW:



Annette Milz ist Chefredakteurin von *MediumMagazin*. eMail: annette.milz@mediummagazin.de

**„Ich finde die
Erwartungshaltung
überhaupt nicht zu
hoch, sondern
gerechtfertigt.“**



DER NEUE WEG nes produktiven internen Wettbewerbs aller Kräfte.

? *Bisher hat sich die FAZ-Redaktion aber durch einen ausgeprägten Corpsgeist ausgezeichnet. Wie geht das mit dem ‚verinnerlichtem Konkurrenzdenken‘ der Neuen zusammen?*

! Die Osmose funktioniert schon jetzt sehr gut. Zum Beispiel im Wissenschaftsressort, in dem jetzt auch ehemalige Redakteure von der *Zeit* arbeiten. Das sehen Sie bereits an unserem täglichen Feuilleton, das wir auch unter dem Eindruck dieser neuen Kräfte verändert haben. Natürlich kann es durchaus einen Clash of Sozialisations geben. Die

bisherigen Zusammenkünfte der alten und neuen Mitarbeiter in Frankfurt und Berlin waren aber ziemlich positiv.

? *Claudius Seidl, zusammen mit Florian Illies Feuilleton-Chef der Sonntagszeitung, wird gelegentlich als Vertreter eines Pop-Journalismus bezeichnet. Ist das für Sie ein Schimpfwort oder ein Gütesiegel?*

! Schon diese Frage in diesen Alternativen zu stellen, ist falsch. Zunächst: Im Gegensatz zu den meisten anderen Feuilletons hat Claudius Seidl bei der *Süddeutschen* der Neigung widerstanden, unser

Feuilleton zu imitieren und aus der *SZ* eine SBZ, eine B-Ausgabe der *FAZ* zu machen. Stattdessen ist er dort einen neuen, eigenen Weg gegangen, und das hat er ziemlich genial - das Wort benutze ich mit Bedacht - gemacht.

„Der Ton wird eingängiger im Sinne von voraussetzungsloser sein.“

Außerdem, was heißt Pop? Populär wollen wir doch alle sein. Das Feuilleton der letzten zehn Jahren mit seiner traditionellen Kulturberichterstattung durchmischt von politischen Besinnungsaufsätzen entspricht nicht mehr unseren Bedürfnissen. Wir müssen heute auch ein starkes wissenschaftliches Feuilleton

Info

DIE FRANKFURTER ALLGEMEINE SONNTAGSZEITUNG

Der Start der *Sonntagszeitung* soll nach dem Willen der *FAZ* mindestens eine solche Marktveränderung bewirken, wie vor Jahren der Start von *Focus* für die Nachrichtenmagazine. Die Startauflage von 600.000 Exemplaren am 30. September und üppige redaktionelle Ausstattung mit über 50 Redaktionsmitgliedern trägt diesem ehrgeizigen Ziel Rechnung, mittelfristig sollen 230.000-250.000 Exemplare verkauft werden. Jochen Becker, Vorsitzender der *FAZ*-Geschäftsführung, nennt das Ziel „Markterweiterung“: „Wir sehen uns darum nicht als Wilderer im Springer-Revier, sondern als Vorreiter einer neuen publizistischen Entwicklung. Das hat viel mehr mit einer Neubewertung des Sonntags als mit dem Springer-Verlag zu tun“.

Das sehen die fünf Herausgeber der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, die gleichberechtigt für das neue Projekt publizistisch verantwortlich zeichnen, genauso: Der amtierende Sprecher des „Kollektivs“, Frank Schirrmacher, sprach denn auch in der ersten offiziellen Vorstellung der *Sonntagszeitung* für alle, als er die Umdeutung des Sonntags vom letzten zum ersten Tag für die *Sonntagszeitung* so interpretierte: „Wir machen keine Wochenzeitung, aber wir werden Themen für die anstehende Woche setzen“.

Die politische Redaktion der *Sonntagszeitung* unter Leitung von Thomas Schmid (Frankfurt) und Michael Inacker (Berlin) sei bewusst eingebettet „mitten in das Herz der politischen *FAZ*-Redaktion und wird selbstverständlich auf deren gesamte Ressourcen zurückgreifen können“. Günther Nonnenmacher spricht von „Tiefenstaffelung“ in der Berichterstattung: Hinter dem obligatorischen Nachrichtenüberblick sollen Hintergründe in „sonntagsspezifischer Weise“, aber *FAZ*-typisch aufbereitet werden.

Das neue Ressort „Gesellschaft“ setzt unter Leitung von Alexander Marguier auf im Rhein-Main-Gebiet bereits beliebte Kolumnen wie Peter Lückemeiers „Herzblattgeschichten“, will sich aber ganz bewusst von Lifestyle-Seiten unterscheiden: „Wir wollen auch Gesellschaftsprobleme, die wochentags zu kurz kommen, spiegeln“, sagt Nonnenmacher.

Unter der Herausgeberverantwortung von Jürgen Jeske produziert das Wirtschaftsressort (Leiter: Rainer Hank) die beiden Bücher „Wirtschaft“ und „Geld & Mehr“ als nutzwertorientierten Finanzteil; die Sportredaktion (Leiter: Steffen Haffner) ist kräftig aufgestockt worden. Denn: „Sport ist ein wichtiges Verkaufsargument“, betont Jeske.

Kolumnen spielen eine wichtige Rolle im Blatt, werden aber vorwiegend von eigenen Redakteuren geschrieben. „Wir haben es nicht nötig, mit prominenten Fremdautoren redaktionelle Schwächen zu überdecken“, meint Berthold Kohler.

Und was das Sonntags-Feuilleton angeht, „bekennen wir uns zum Kulturzentrismus, und die Zentrale dafür ist Berlin“, erklärt Frank Schirrmacher die Ansiedlung des Ressorts in der Hauptstadt. Besonders stolz ist er auf die neuen Seiten der „Wissenschaft“ (Leiter: Gerro von Randow), die ein eigenes Buch bekommen hat.

Die *Sonntagszeitung* mit ihren insgesamt acht Büchern wird in Berlin, Frankfurt und München gedruckt, was einen Redaktionschluss bis 23 Uhr erlaubt. Zum Start wird es auch Regionalausgaben für Frankfurt und München geben, ohne fixen Termin sei später auch Berlin denkbar, heißt es. Mit der überregionalen *Sonntagszeitung*, deren Investitionsvolumen in guter alter *FAZ*-Tradition nicht publik gemacht wird, will der Verlag 2006 schwarze Zahlen schreiben – sofern sich die Wirtschaftslage nicht dramatisch verändert. „Alles andere werden wir jetzt beweisen müssen“, weiß Frank Schirrmacher.

Ami



Von bunten Lego-Bausteinen halten sie alle nichts und ließen sich deshalb auch nur in Schwarz-weiß fotografieren: Das „FAZ-Herausgeberkollektiv“ und die Geschäftsführer v.l.n.r. Frank Schirrmacher, Jochen Becker, Jürgen Jeske, Günther Nonnenmacher, Berthold Kohler. Vorne: Dieter Eckart und Klaus Rudloff.

machen. Das ist kein Spleen. Die Feuilletons müssen das kommunizieren, was der Gesellschaft in den nächsten Jahren bevorsteht. Und wir haben großes Glück, dass für uns jetzt hervorragende Repräsentanten sowohl für ein klassisches, populäres und wissenschaftliches Feuilleton arbeiten.

? Aber was bedeutet für Sie Pop im Journalismus?

! Versetzen Sie sich einmal in unser beider Jugendzeit, als Raumschiff Enterprise, „Startrek“ erstmals im Fernsehen lief. Das war populäre Kultur. Meine Eltern fanden die Serie blöd. Unter den jungen Leuten, die damals vor dem Fernseher saßen, waren aber mindestens drei, die dieser Film und die Faszination für Science-Fiction-Technik so stark beeinflusst hat wie unsere Vorväter die Sagen des klassischen Heldentums: Bill Joy (Sun Microsystems), Bill Gates (Microsoft) und Craig Venter (Genom-Schlüssel). Diese drei verändern heute unsere Welt, und ich könnte Ihnen noch Hunderte andere Beispiele nennen. Für das Feuilleton im Jahr 2001 bedeutet das: Natürlich haben Goethe und Shakespeare dort nach wie vor ihren Platz, aber wir müssen uns auch auf die Suche machen nach den Rollenbildern aus der populären Kultur, die womöglich morgen unsere Gesellschaft antreiben. Der Einfluss

dieser Rollenbilder scheint noch viel stärker zu sein, als wir alle gedacht haben.

? Woran machen Sie das fest?

! Ein Beispiel: Über Jahrzehnte hinweg haben sich die klassischen Feuilletons der so genannte Ideologiekritik gewidmet und festgestellt, wie sehr die verantwortlichen Generationen der beiden Weltkriege in ihrer Kindheit von Karl May und den Sagen des klassischen Altertums geprägt waren. Und heute soll es plötzlich absurd sein zu fragen, was die Generation, die unsere Welt jetzt verändert, prägt? Nur weil sie heute keine Diktatoren, sondern Industrielle sind? Der Begriff populäre Kultur ist nichts anderes als der Schlüssel zu unserer Gesellschaft, zu unserer Zukunft. Das zu hinterfragen ist unsere Aufgabe. Über Feuilletons, die sich dazu zu schade sind, kann ich nur lachen.

„Der Begriff populäre Kultur ist nichts anderes als der Schlüssel zu unserer Gesellschaft.“

? Bisher hat kein Feuilleton hier zu lande naturwissenschaftliche Themen in solcher Konsequenz bearbeitet wie die FAZ. Fühlen Sie sich da als Vorreiter?

! Als wir vor einem Jahr den Artikel von Bill Joy brachten, wurde ich zum Teil dafür ausgelacht. Heute sagt Stephen Hawking in *Focus*:

„Anders als unser Intellekt verdoppeln Computer ihre Leistungen alle achtzehn Monate, daher ist die Gefahr real, dass sie Intelligenz entwickeln und die Welt übernehmen.“ Das sind also keine Spinnereien, über die wir hier reden. Hinter unserem Rücken entwickelt sich etwas irrsinnig Aufregendes, wenn ich mir allein die heute schon theoretisch bestehenden Möglichkeiten zur Reproduktion von Menschen ansehe. Ich gebe zu,

dass man darüber streiten kann, ob die ethische Debatte, wie sie über Stammzellen geführt, manchmal übertrieben wird, aber ich meine, das ist im Augenblick nötig. Die wissenschaftliche Debatte kann derzeit nicht aufregender sein.

? Die entsprechenden Visionen, die Ihre Zeitung den Lesern vor Augen hält, sind aber häufig nicht frei von Pessimismus.

! Manchmal ja, auch wenn ich persönlich eher optimistisch bin. Unser Problem ist im Grunde aber ein Thema der Medien: Wir haben es offensichtlich immer noch nicht geschafft, diese Themen richtig darzustellen. Nehmen wir noch mal die Stammzellendebatte: Die Möglich-

keit, Embryonen - sozusagen unsere eigenen Nachkommen - als Ersatzteillager zu benutzen, führt doch zur Vision einer neuen Ge-

sellschaft. Natürlich ist das ein Grund auch für Pessimismus, zumal wenn Sie hören, wie riesig die Widersprüche unter den maßgeblichen Personen in Industrie und Wissenschaft sind und diese dabei alle ihre eigenen Interessen verfolgen.

? In Ihrem Editorial zur Umstrukturierung des Feuilletons haben Sie aber geschrieben, daß Streit das treibende

DER NEUE WEG *Element für die Wissenschaft und Gesellschaft sei.*

! Ein offen ausgetragener Streit, ja. Aber wenn Sie nicht wissen, daß Herr X Aktien bei Y hat, und deshalb für eine bestimmte Richtung eintritt, dann ist der Streit geradezu absurd. Es geht schließlich auch um viel Geld bei der ganzen Auseinandersetzung. Und die kommerzielle Interessen sind oft kaum durchschaubar. Wir hinterfragen bei all unseren Gesprächen mit den handelnden Personen, ob wir mit unserer Berichterstattung übertreiben, aber es gibt bisher keine Entwarnung, von niemandem.

? *Wie setzen Sie ein so ernstes Thema denn in der Sonntagszeitung um?*

! Wochentags findet die Debatte aktuell statt. Deshalb haben wir ja auch das Feuilleton entsprechend umgebaut und jetzt eine tägliche Wissenschaftsrubrik. Auch grundsätzliche Beiträge über die moralische oder theologische Problematik gehören in das werktägliche Produkt, weniger in die Sonntagszeitung. Dort wiederum haben wir die Möglichkeit zu außergewöhnlichen Gesprächen und die große Chance zur populären Aufbereitung von Ergebnissen weltweiter Recherche. Ein Beispiel: Die Diskussion um das Klonen von Menschen. Warum soll jemand, der in unseren Augen perfekt ist, sich nicht reproduzieren können?

? *Weil Perfektion immer auch eine Frage des modischen Zeitgeistes ist.*

! Das ist genau der Punkt und daran sehen Sie, wie dieses Thema zum Feuilleton passt: Das ganze Erscheinungsbild des Menschen wird zunehmend modediktiert. Mode wird aber eine ganz neue Begrifflichkeit bekommen, und dabei spielt

das Feuilleton eine große Rolle. Im Internet wird bereits darüber diskutiert, ob es je erlaubt sein soll, in die Menschwerdung nach ästhetischen Kriterien genetisch einzugreifen. In England werden schon heute Leute vor einer künstlichen Befruchtung nach ihren Vorlieben für Größe und Aussehen befragt. Die *Sonntagszeitung* hat die Aufgabe, solche komplexen Dinge leicht verständlich darzustellen. Das betrifft keineswegs nur die Genforschung

„Wir sind doch dafür bekannt, dass wir eine bescheidene Zeitung sind.“

? *Wie könnte das praktisch aussehen?*

! Wir werden zum Beispiel in der *Sonntagszeitung*

ein ganz neues Element etablieren: eine Panoramaseite, auf der schwierige wissenschaftliche Sachverhalte mit alle Stilmitteln anschaulich gemacht werden. Oder wir werden in einem Glossar die jeweiligen Fremdwörter erklären. Und auch mal einfach darstellen, wie ein Haar wächst. Unsere Zugangsweise zu Sonntagsthemen beginnt aber schon mit der grundsätzlichen Fragestellung, wie wir abstrakte Themen fassbar machen können.

? *Und was bieten Sie den weniger naturwissenschaftlich Interessierten?*

! Wir werden beispielsweise ein völlig neues literarisches Format einführen: Ein hoch begabter deutscher Thrillerautor wird für uns einen wöchentlichen Fortsetzungsroman schreiben, der aktuelle Ereignisse aufgreift. Die jeweilige Folge kann bis samstags 16.00 Uhr noch aktualisiert werden.

Wahrscheinlich wird es zwar, wenn ich ihn der *FAZ* vorstelle, wieder heißen, das sei keine Hochkultur, kein literarisches Quartett, aber das ist mir völlig egal. Ich sehe nicht die Gefahr, dass wir trivial werden. Wer unseren sonntäglichen Kulturteil liest, wird außerdem sehr genau

Bescheid wissen über alle Premieren und wichtigen Ereignisse von Freitag und Samstag.

? *Welche Rolle wird dabei Service spielen?*

! Es wird der teuerste Service-Teil, den es in Deutschland gibt, und es

Design

Man soll auf den ersten Blick erkennen, wofür die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* steht: 1) inhaltliche Orientierung, 2) ausgeruhte Themen, 3) durchdachte Berichte," sagt Lukas Kircher (29), verantwortlich für das Grunddesign des neuen FAZ-Ablegers. Zusammen mit Andreas Schulte (37) hat er im vergangenen Jahr die MediaGroupBerlin gegründet, die sich auf Editorial Design spezialisiert hat und u. a. in jüngster Vergangenheit dem *Kölnner Stadtanzeiger* (print+online), dem *Kurier* (Wien), *Mallorca Magazin* und *Hamburger Abendblatt* ein neues Gesicht gegeben haben. Ihre Arbeit für die *FAZ* war eine besondere Herausforderung, schon wegen des eng gesteckten Zeitrahmens: Präsentation ihres Konzepts im Juni, erste Entwürfe im Juli, Markteinführung am 30. September. Die Neuerungen bei der *Sonntagszeitung* sind zudem tiefgreifend bis in die Arbeitsweise der Redaktion: Der sieben-spaltige Umbruch („Die verkürzte Spaltenbreite ist leichter zu lesen und ermöglicht mehr Bildvariationen", so Kircher), im Gegensatz zu den sechs Spalten der *FAZ*, ist da noch eine der leichteren Übungen gegenüber den neuen Arbeitsabläufen ähnlich denen einer Magazinproduktion, in denen Text- und Illustrationsverantwortliche von Anfang an eng verzahnt die Seiten konzipieren sollen. Erstmals gibt es deshalb jetzt bei der *FAZ* einen Art-Director: Peter Breul, der das Haus noch von seiner Zeit beim *FAZ*-Magazin kennt. Die wesentlichen Merkmale des neuen Designs hat Lukas Kircher exklusiv für *MediumMagazin* nebenstehend erklärt.

ami



wird nicht nur um das reine Auflisten der Ereignisse gehen. Dafür wird das gesamte FAZ-Netz mobilisiert, weltweit.

? Haben Sie ein Vorbild an Sonntagszeitungen?

! Als Vorbild würde ich das nicht bezeichnen, weil mir das zu pathetisch ist. Aber die britischen Sonntagszeitungen wie die *SundayTimes* sind sehr

DIE GRAFISCHE IDEE HINTER DER SONNTAGSZEITUNG

SEITE 1

Dominantes Logo im FAZ-hausfarbenen Blau, darunter flexibel gestaltbarer Teaser-Bereich, nicht zu knallige, elegante Typografie (Janson Roman in Varianten). Rechts immer eine Sport-Box für die Fußballergebnisse. Inhaltskasten für weitere interessante Themen am Fuß der Seite. Raum dazwischen wird dynamisch der Nachrichtenlage gerecht verteilt.



BUCHAUFMACHER
Eine Teaserleiste am Fuß der Seite kündigt Themen und Rubriken im Buch an. Große Texte werden mit einer vertikalen Marginalspalte aufgelockert.



ILLUSTRATIONEN
Wichtiges Stilmittel in der neuen *Sonntagszeitung*: Illustrationen, sowohl seitentragend als auch kleine Vignetten.



SEITENTRAGENDE BILDER
Das sorgfältig ausgesuchte Bild gibt der Seite einen eindeutigen Schwerpunkt, große Elemente werden von kleinteiligen Nachrichten und Serviceelementen kontrastiert.



Sämtliche Schriften wurden ausgetauscht, eleganterer Schrifttypus ersetzt bisherige Times.

Titelschrift: Adobe Janson Roman, nachbearbeitet.

Unterzeilen: Adobe Janson Roman.

Grundschrift, vergrößert: Adobe Janson Roman, nachbearbeitet, 9,7 pt.

Grundschrift für Infokästen, Tabellen etc.: Font Bureau Interstate light und bold.

Rubrikenköpfe: Font Bureau Interstate bold compressed.



INFOGRAFIK
Schmuckstück der Wissenschafts-Beilage ist eine aufwendig gestaltete Infografik-Doppelseite, die aktuelle Themen veranschaulicht und erklärt.

Ein ausführlicher Inhaltskasten auf der zweiten Seite führt durch das Angebot.

DER NEUE WEG gut gemacht, auch die Wochenendausgabe der *New York Times*.

? Was das Unterhaltsame betrifft: Worüber können Sie selbst lachen?

! Lachen? Worüber soll ich denn lachen? Wie kommen Sie darauf, daß ich je lache?

? Lachen Sie nicht manchmal, wenn Sie eine Zeitung lesen?

! Ich habe über Appleby gelacht. Aber die Bezeichnung ‚gelacht‘ trifft auch da eigentlich nicht zu.

? Ist Lachen bei der Zeitungslektüre etwas Unziemliches?

! Nein, aber ich habe schon als Kind nicht verstanden, wenn Leute beim Lesen von Micky Maus-Heften laut lachen. Ich kann z. B. über Hape Kerkeling lachen oder über Harald Schmidt, aber nicht beim Lesen.

? Sind Witze etwas für die Sonntagszeitung?

! Nein, das haben wir verworfen.

? Wie stark wird die Sonntagszeitung Geschichten personalisieren?

! Nicht übermäßig, auch wenn es natürlich Personality Storys, personalisierte Rubriken und ein für die FAZ ziemlich ungewöhnliches Gesellschaftsressort geben wird. Aber es gibt keine Vorgaben für die Redaktion, wie sie ihre Geschichten im Detail anzugehen hat. Unsere Redakteure sind viel zu gut, um solche Direktiven zu brauchen. Wir werden unsere Zeitung nicht nach irgendwelchen Prinzipien machen, die man für alle Zeiten festlegen kann, sondern sehr journalistisch, und das heißt auch instinktiv. Es ist doch klar, dass man in einem Produkt wie einer Sonntagszeitung anders schreibt als werktäglich, das dokumentiert ja allein schon das andere Layout.

? Anderswo werden exklusive Rechercheergebnisse häufig auch mit den Namen der Rechercheure verbunden. Warum ist das bei der FAZ anders?

! Diese Zeitung ist so etwas wie ein föderalistischer Staat. Es gibt bei uns keinen Kaiser oder Präsidenten, dessen Wort Gesetz ist. So läuft es hier auch in der Recherche, die immer auch Teamarbeit ist. Diese Individualisierung wie bei anderen Zeitungen wird es bei uns nicht geben, der ‚Verkauf‘ von Rechercheergebnissen, wie es die SZ macht, ist nicht unser Stil. Wir sind eine der meistzitierten Zeitungen Deutschlands und wir gelten als das zuverlässigste Organ. Diesen Ruf wollen wir uns auch gerne erhalten.

„Wir müssen heute auch ein starkes wissenschaftliches Feuilleton machen.“

? Welche Bedeutung haben Kolumnisten für die Sonntagszeitung?

! Wenn wir einen Kolumnisten haben wollen, bekommen wir den auch in der Regel, aber ich finde es ein bisschen langweilig, immer irgendwelche Berühmtheiten für eine Kolumne einzukaufen. Das können unsere Redakteure viel besser.

? Die FAZ bleibt konsequent schwarz-weiß, welche Rolle spielt Farbe für die Sonntagszeitung?

! Wir wollen keine bunten Lego-Bausteine. Deshalb wird die Zeitung nicht durchgehend vierfarbig. Schwarz-Weiß-Fotos sind für uns nach wie vor ein ästhetisches Mittel in der Zeitung.

? Die FAZ-Sonntagszeitung soll kein eigenständiges Produkt wie bisher die Welt am Sonntag sein, sondern „integraler Bestandteil der FAZ“. Welche Wechselwirkungen erhoffen Sie sich da?

! Sie können doch jetzt schon sehen, wie sich die Zeitung verändert.

Das ist ein ständig sich entwickelnder Prozess. Eine ähnliche Wirkung haben schon die „Berliner Seiten“ gehabt und zwar nicht nur für die FAZ: Viele Formen aus den „Berliner Seiten“ finden sich mittlerweile auch in anderen Medien bis hin zum *Spiegel*. Wichtig ist, daß wir unseren eigenen Weg gehen und nicht auf die Nörgeleien aus Medienkreisen hören, die einem ständig Ratschläge erteilen, wie eine Zeitung auszusehen habe.

? Sie selbst haben durch kernige Worte in den vergangenen Monaten dazu beigetragen, daß die Erwartungshaltung an die Sonntagszeitung sehr hoch ist. Ist das zum Start womöglich ein bisschen zu viel des Guten?

! Ich finde die Erwartungshaltung überhaupt nicht zu hoch, sondern gerechtfertigt.

Ob die Sonntagszeitung nun am 30. September auf Anhieb Erfolg haben wird oder nicht, ist nicht der Punkt. Wir werden von da an jeden Sonntag präsent sein. Das bedeutet eine massive Veränderung der deutsche Sonntags-Presselandschaft. Die Frage ist da allenfalls, wie der Markt das annimmt. Aber die Verkaufszahlen, die wir uns vorgenommen haben, werden wir sicherlich leicht erreichen. Und mit den Medienerwartungshaltungen können wir blind konkurrieren.

? Daran gemessen nimmt sich die angestrebte Verkaufsauflage von 250.000 eigentlich bescheiden aus – verglichen mit den 450.000 der Welt am Sonntag?

! Wir sind doch dafür bekannt, dass wir eine bescheidene Zeitung sind. Diese Zahl wollen wir erreichen, und dann sehen wir weiter. Aber natürlich wünscht man sich als Journalist, daß in einem Land von 80 Millionen Einwohner mindestens 50 Millionen das eigene Blatt lesen. ■