



Aus dem Glashaus

MediumMagazin ist 15 Jahre:
Wie wir wurden, was wir sind.

von Annette Milz

Die Workaholic Feten von und für *MediumMagazin* waren berühmt. Und berüchtigt. Alle Vierteljahre wurden ein paar ahnungslose und ein paar hartgesottene Freunde in die Bonner Studentenbude von Sebastian Turner geladen. Sie fanden drei Kästen Bier, fünf Tüten Chips, 50 Postsäcke und 2.000 *MediumMagazine*, die darauf warteten, versandfertig sortiert zu werden.

Die Ahnungslosen kamen in der Regel nur einmal, die Hartgesottene immer wieder. Wir waren Studenten, Volontäre, Wehrdienstleistende (im Pressecorps), junge Journalisten im Alter zwischen 18 und 25 Jahren. Und beflügelt von der Idee, ein Journalisten-Magazin zu machen, das wir selbst gerne lesen wollten, ein Magazin unabhängig von Funktionärs-

und Verbandsinteressen, frischer in der Auswahl der Themen und auch der Autoren. Wir nannten unser Blatt *MediumMagazin*, weil es eine Brücke sein sollte zwischen Medien und Medienmachern. *MediumMagazin* wollte kein Verbands- und Interessensorgan sein, es wollte weg von der Meinungsmache im Mediengewerbe und hin zu den Reportagen, den Beschreibungen, den unbefangenen Momentaufnahmen. Die Großen in der Journalistenwelt waren uns wichtig, vielleicht zu wichtig am Anfang. Aber auch sie wurden angepackt, ohne Rücksicht auf übergeordnete Interessen, ohne den Ballast vieler Berufsjahre und Abhängigkeiten. Ein neuer Typus von Fachblatt sollte es sein, der Lust zum Lesen macht, der alte Gewohnheiten aufbricht.

Als wir anfangen, hatten wir einen Themen-Plan für drei Ausgaben. Und waren selbst erstaunt, wie es danach weiterging, sogar weiterlief. Aus dem „Magazin für junge Journalisten“ wurde bald das „Magazin für Journa-

Geändert hat sich auch das Umfeld von *MediumMagazin*. Als wir 1986 starteten, fand Medienjournalismus fast ausschließlich in Verbands- oder Gewerkschaftsblättern oder Theorie-Heften statt. Den wenigen ambitionierten Projekten wie *Neue Medien* (Dirk Manthey) oder *Artikel 5* war damals kein langes Leben im Markt beschieden. Heute aber hat nahezu jede Zeitung, die etwas auf sich hält, eine eigene Medienseite. Die Medien sind, mal ganz abgesehen von ihrer meinungsprägenden Rolle, zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige dieses Landes gewachsen. Umso wichtiger ist es für uns, in der Flut der aktuellen Medien-Berichterstattung die Aspekte zu finden, die auch jenseits der Tagesaktualität einen nachdenkswerten Blick auf die Entwicklungen der Szene ermöglichen. Wir verstehen uns als Steinewerfer aus einem Glashaus, denn auch für uns gilt schließlich dieselbe Meßlatte wie für alle Journalisten.

Aber wie das nun mal so ist bei ei-

„Wir verstehen uns als Steinewerfer aus einem Glashaus“

listen“, zu den Tipps für Nachwuchsjournalisten kamen Porträts und Hintergrundgeschichten von und für gestandene Medienmacher hinzu. Und aus den studentischen Workaholic-Feten wurde ein erwachsenes Management.

ner 15-jährigen, sie nimmt nicht alles ernst – ob klein- oder großgedruckt. Aber was wären wir schließlich ohne Spaß an der Arbeit und an einem manchmal nicht bierernsten Blick auf die Branche? Jedenfalls nicht das, was wir heute sind. ■

DIE AUTORIN:



Annette Milz
ist Chefredakteurin von *MediumMagazin*

Einfach gute Ideen: **DREHSCHIEBE**. Aus Lokalredaktionen, für Lokalredaktionen.

Die **DREHSCHIEBE** liefert Themen, Trends und Hintergründe für Ihren Lokalteil.

Die **DREHSCHIEBE im Internet**, das sind mehr als 3000 Artikel und Konzepte aus Lokalzeitungen und ein Netzwerk kompetenter Lokaljournalisten.



Die gedruckte **DREHSCHIEBE plus Magazin** bündelt Ideen und Umsetzungsbeispiele aus Lokalredaktionen, Hintergründe, Trends und Themen.

Der **DREHSCHIEBE-Service** liefert Ihnen Beispiele für Ihr Thema. Anfrage per E-Mail, Internet, Telefon oder Fax genügt, wir schicken Ihnen sofort Ideen.

Kontakt: ITZ Initiative Tageszeitung e.V./DREHSCHIEBE, Hans-Böckler-Straße 3, 53225 Bonn, Tel. 02 28/40 38 76, Fax 02 28/47 76 67, E-Mail info@drehscheibe.org, Internet www.drehscheibe.org



Bonner Bude

Alles begann mit heute ehrenwerten
Zeitgenossen ...

von Günther Kress

Die Krippe stand in Stuttgart. 1985 war die Zeit der Schwangerschaft. Der 17-jährige Schülerzeitungsredakteur Sebastian Turner (Karls-Gymnasium Stuttgart) war von der Idee verfolgt, eine Publikation für andere Schülerzeitungsredakteure zu schaffen, nicht mehr, nicht weniger. Das heutige *MediumMagazin* braucht sich dessen nicht zu schämen.

Turner, schon damals sehr umtrieblich, besuchte Seminare der Initiative Jugendpresse e.V. und anderer Organisationen, lernte jede Menge Leute kennen, die den pädagogischen Impetus ebenfalls im Herzen trugen. Und als Turner fast 18 war, 1986, war *MediumMagazin* geboren, mit dem Ziel „Binde- und Bildeglied zwischen Profis und jungen Anfängern“ zu sein und „so vier-

teljährlich wie möglich zu erscheinen“.

Startgeld? Nein, kein Startgeld. Sebastian T., als Schülerzeitungsmacher schon geübt im Akquirieren von Anzeigen (Sparkassen, Banken, Einzelhandel, Versicherungen), verstärkte seine Bemühungen. „Gedruckt haben wir erst, wenn ich genug Anzeigen beieinander hatte.“ Gedruckt wurde, was

junge Kollegen, Studies der einschlägigen Fakultäten, Schülerredakteure aus Leidenschaft, eingesandt hatten – ohne jede Aussicht auf ein Honorar. Turner musste nach dem Abi zum Bund mit Grundausbildung ausgerechnet in Schleswig-Holstein. Wochenende in Stuttgart: Layout, Umbruch, Abverwaltung.

Schon die zweite Ausgabe erschien in Bonn, des Studiums wegen (Politik, BWL etc.). Im neuen „Redaktions- und Verlagssitz“ (Turner: „Meine Bude in Bonn,“) gab es „Werkaholic-Partys“ mit Kommilitonen, Bier und lauter Musik zum Zweck des Postfertigmachens.

Within the party Annette Milz (Chefredakteurin seit 1990), Stefan Kornelius (heute *Süddeutsche Zei-*

tung), Oliver Schrott (heute Oliver Schrott Kommunikation), Holger Ohmstedt (heute NDR), Christina Rupp (heute EU Brüssel), sowie weitere ehrenwerte Zeitgenossen. Zu den freien unbezahlten Mitarbeitern gehörte damals auch Kai Diekmann, heute *Bild*-Chefredakteur. Das Werkaholic Teamwork samt der äußerst häuslicheren Ausgabenpolitik jener Zeit nennt Sebastian Turner nach wie vor „zutiefst schwäbisches Management“. Er selber ist heute Chef der Werbeagentur Scholz & Friends und eine der hellsten Leuchten der europäischen Werbewirtschaft.

Gedruckt wurde nur mit ausreichend Anzeigen.

Falsche Zielgruppe. Wie das *MediumMagazin* eine Zeit lang pachtweise zum Heel-Verlag in Königswinter kam und 1991 ganz & gar zum Salzburger Johann Oberauer Verlag, können die *MediumMagaziner* viel besser erzählen. Und wie sie die Auflage auf 23.000 Exemplare gewuchtet haben. Erstverleger Turner hatte für 2.000 Exemplare genug an Druckkosten zu blechen. Was er heute zu geben kann: Die Ursprungsidee, Schülerzeitungsredakteuren hilfreiche Hände zu reichen, funktionierte nicht: „Die wollten gar nicht Journalisten werden, sondern Politik machen und die Leute veräppeln.“ ■

DER AUTOR:



Günther Kress
ist Gründer des Branchen-dienstes Kress Report.



Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e.V.

www.abzv.de

Das Bild in der Zeitung,

18./20. Febr. 2002, Bonn, 320 Euro

Porträt im Printmedium,

26. - 28. Febr. 2002, Bonn, 320 Euro

Reportage und Feature,

14. - 15. März 2002, Bonn, 260 Euro

Zeitmanagement,

4. - 5. April 2002, Hildesheim, 320 Euro

Journalistische Darstellungsformen im Internet,

15. - 16. April 2002, Bonn, 320 Euro

In der Wehrhecke 1, 53125 Bonn, Tel.: 0228/25 900-0, Fax: 0228/25 900-26, E-Mail: info@abzv.de

20 Jahre „medium magazin“: Stationen auf dem Highway in die Zukunft.

Wegpunkte

1986 Das erste „medium magazin“ erscheint – im Selbstverlag von **Sebastian Turner**, der auch erster Chefredakteur ist. Zum Gründungsteam gehören u. a. : **Oliver Schrott, Stefan Kornelius, Annette Milz, Kai Diekmann, Holger Ohmstedt und Andreas Spaeth**. Die Startauflage: 2.000 Exemplare. Nach der zweiten Ausgabe zieht „medium magazin“ von Stuttgart nach Bonn.

1988 Der Heel-Verlag (Königs-winter) übernimmt Vertrieb und Verwaltung, „medium magazin“ erlebt den **ersten Relaunch** und erscheint jetzt vierteljährlich.

1989 **Stefan Kornelius** wird Chefredakteur.

1990 **Annette Milz** übernimmt die Leitung.

1991 Die Redaktion wird nach Frankfurt verlegt, der österreichische Medienfachverlag Oberauer (Salzburg) kauft die Rechte an „medium magazin“, das um die Broschüre **„Tipps für Journalisten“** wächst.

1992 „medium magazin“ erscheint **zweimonatlich**.

1993 Erweiterung zum **Monatstitel**.

1994 Start der **„Journalisten-Werkstatt“**, die alle zwei Monate den „Informationen für Journalisten“ beiliegt.

1996 **Relaunch** von Lo Breier.

1999 Der **„European Newspaper Award für vorbildliches Zeitungsdesign“** wird ins Leben gerufen: von Zeitungsdesigner Norbert Küpper gemeinsam mit „medium magazin“, „De Journalist“ (Niederlande, bis 2002), dem „Österreichischen Journalist“ und dem „Schweizer Journalist“ (seit 2005).

DER KONGRESS: Der European Newspaper Award, der von „medium magazin“ mitveranstaltet wird, wird seit 2003 vom European Newspaper Congress in Wien begleitet.

2000 Eine „medium magazin“-Jury aus 101 prominenten Journalisten wählt die **Journalisten des Jahrhunderts**. An der Spitze: Rudolf Augstein. Erstmals

finden die „Berliner Redaktionstage“ (gemeinsam mit der IFRA (Darmstadt)) statt.

2001 Berichte aus dem eigenen Glashaus: Das Jubiläumsheft zum **15. Geburtstag**.

2003 Die Preisverleihung des „European Newspaper Award“ findet erstmals in Wien statt (nach den Anfangsjahren in Aachen) und wird erweitert um den **European Newspaper Congress**.

2004 „medium magazin“ startet die **„Chefrunde“**, die etwa vier Mal im Jahr redaktionelle Führungskräfte zum kollegialen Erfahrungsaustausch zusammenbringt. / Eine rund 40-köpfige „medium magazin“-Jury wählt zum ersten Mal die „Journalisten des Jahres“.

2005 **Relaunch** von Lukas Kircher, Kircher/Burkhardt.

2006 Die Zukunft beginnt mit einem Jubiläumsschwergewicht von 132 Seiten und einer Auflage von 30.000 Heften. ■





DER ERSTE „MEDIUM MAGAZIN“-„JOURNALIST DES JAHRES“ 2004: Frank Schirrmacher, hier bei der Preisverleihung in Berlin, flankiert von Joachim Kaiser, Preisträger Kultur (l.) und Claus Larass, Mitglied der Jury (r.).



PRODUKTION 1986: Gründungs-Mitglied Oliver Schrott schrieb seine „medium magazin“-Manuskripte an der immerhin schon elektrischen Schreibmaschine. Olympische Zeiten.



PRODUKTION 2006: Redaktionsmitglied Katy Walther bearbeitet die Fahnen im elektronischen Datenverkehr zwischen Frankfurt (Redaktion) und Salzburg (Produktion).



DIE CHEFRUNDE: Seit 2004 lädt „medium magazin“ regelmäßig im Rahmen der „Chefrunde“ jeweils 15 Führungskräfte zur Vor-Ort-Besichtigung und Diskussion ein, hier 2005 mit Chefredakteur Michael Reinhard (ganz vorne im Bild) über die ReaderScan-Erfahrungen der „Main-Post“, Würzburg.