

Gestaltung

Magazinähnliche Optik im Trend

Wochenblatt-Verlage kennen ihren strategischen Marktwert, auch aus Studien und Leseranalysen. Sie sind aber gefordert, sich optisch neu auszurichten. Ein attraktives Zeitungsdesign mit übersichtlicher Struktur und lesefreundlichen Schriften verstärkt die Leserblattbindung und die Akzeptanz beim Kunden.

Von Christina Stuiber-Petersen, Verlagsberatung, Training & Zeitungsdesign, Nürnberg



Christina Stuiber-Petersen: "Jedes Wochenblatt sollte sich optisch und inhaltlich zukunftsorientiert aufstellen."

Primär wird beim Relaunch auf die Tradition des Verlages und die örtlichen Mitbewerber des Blattes geachtet. Wettbewerbsvorteile bringen nur Differenzierung und Alleinstellungsmerkmale, die der Kunde klar erkennt. Eine klare Blattstruktur und individuelle Gestaltungselemente sind für den Erfolg im Markt Voraussetzung.

Steigende Akzeptanz des Mediums

Die Kernkompetenz der Wochenblätter liegt im lokalen Markt. Je mehr Ziel- und Lebensstilgruppen angesprochen werden, desto besser fühlt sich der Anzeigenkunde bei dieser Gattung aufgehoben. Nicht mehr das me-too der örtlichen Tageszeitung wird angestrebt, sondern die serviceorientierte Ausrichtung steht im Vordergrund. Das Anzeigenblatt stellt sich optisch und inhaltlich klarer als Verbraucherinformation dar.

Der Anzeigenkunde wünscht sich einen modernen Werbeträger, den er als Imagetransfer für seine Firma und Produkte nutzen kann. Das erkennen innovative Verlage und strukturieren ihre Objekte neu.

So ist auch der Zuwachs an Sonntagzeitungen zu erklären. Hier ist der Trend die magazinähnliche und boulevardeske Gestaltung. Der Leser möchte am Sonntag mit aktuellem Sport wie Bundesliga, Veranstaltungstipps

und Lifestyle unterhalten werden. Das erfordert professionelles Design.

Moderne und prägnante Optik beginnt beim Wochenblatt schon auf dem Titel: Eine Anrissleiste mit Bildern gibt einen Überblick über die Vielfalt der redaktionellen Inhalte. Basis sind die aktuellen Lesegewohnheiten und deren Erkenntnisse. Dazu gehören eine gut lesbare Zeitungstextschrift mit entsprechendem Zeilenabstand, attraktive Gestaltungselemente und große Bildformate mit spannenden Bildausschnitten.

Trends beim Relaunch

Der Trend geht zu einer magazinähnlichen Gestaltung. Farbfonds schaffen lesefreundliche Rubriken, kompakte Serviceelemente, Tipps und Infokästen werden durch Designelemente hervorgehoben. Der Leser will eine schnelle Orientierung. Visuell geordnete Rubriken, Serviceelemente und Farbleitsysteme navigieren zu den gewünschten Inhalten.

Neue Konzepte bringen verstärkt auch die Redaktionen ein. Sonderthemenseiten und -köpfe werden beim Relaunch neu strukturiert und modular in das neue Gesamtdesign eingebunden. Eine durchgängige Gestaltung mit einheitlichen Elementen geben dem Blatt ein individuelles Corporate Design.

Boulevardstil am Sonntag

Sonntagzeitungen, die vermehrt den Markt beleben, setzen auf den magazinähnlichen Boulevardstil. Dieser lebt von freigestellten Abbildungen und lockeren Gestaltungselementen. Redaktionelle Schwerpunkte wie Bundesliga, Veranstaltungen und lifestyle sind bei der jungen Zielgruppe angesagt. Hier ist auch das Tabloid-Format ein Thema. Der kompakte Auftritt und die klare inhaltliche Redaktionsstruktur begeistern Kunden und Leser. Auch Interaktion, Votings oder social Events kommunizieren hier nicht nur Print-spezifisch.

Lässt sich der wirtschaftliche Nutzen messen?

Der wirtschaftliche Nutzen kommt über die klare Positionierung am Markt. Das Wochenblatt wird als attraktiver wahrgenommen und bringt somit Wettbewerbsvorteile