

Christian Seidenabel: Der Wandel von Stadtzeitungen. "Was widersteht, darf überleben nur, indem es sich eingliedert."

Regensburg: S. Roderer 1994, 104 S., DM 28,-

Stadtmagazine werden heute in erster Linie zur Profiterzielung betrieben, oder: "Die anfangs links bis grünalternativ inspirierten Stadtmagazine haben sich von der Gesinnungs- zur Geschäftspresse gewandelt" (S.42). Das ist das Thema des schmalen Bandes und zugleich seine Aussage. Diese wird statistisch aufbereitet, in Thesen eingefangen und mit einer Chronik des Wandels belegt - methodisch eine Mischung aus Rechenfibel und Lesebuch.

Nachdem Brecht und Enzensberger seine Gewährsmänner sind, wenn es abrißartig um das theoretische Umfeld des Segments Stadtmagazine geht, erfaßt Seidenabel im zweiten Teil anhand der Beispiele des Frankfurter *Pflasterstrand* und der Stadtilustrierten *Prinz* aus dem Jahreszeiten-Verlag plausibel die Umorientierungs- und Plazierungsprobleme, die Printprodukte wie diese erwarten, wenn Großverlage den Markt betreten. Der neue *Pflasterstrand*, konzipiert als Typus eines "Städtischen Journals" mit Feuilleton-Stil ähnlich den amerikanischen Magazinen *New Yorker* oder *The Atlantic*, scheiterte ökonomisch nach wenigen Monaten. Die *Prinz*-Stadtzeitungskette dagegen funktioniert - international einmalig - bis heute. "Für uns geht es nicht um ein bahnbrechendes Zeitschriften-Konzept, sondern um einen interessanten Anzeigenmarkt", formulierten die Blattmacher 1988. Mittlerweile, so kommentiert Seidenabel, kann man das Objekt "getrost als völlig niveaulos bezeichnen" (S.37).

Je schlechter, desto reicher? Die Entwicklung der alternativen Stadtzeitung zum modernen Stadtmagazin besteht auch im regionalen Kontext zunächst im Austritt aus der Gegenöffentlichkeit, indem gezielt Schritte hin zu optischer und herstellungstechnischer Professionalität unternommen werden. Mittlerweile unterscheiden sich Stadtmagazine im Erscheinungsbild nicht mehr von den überregionalen Magazinen am Kiosk. Inhaltliche Veränderungen faßt Seidenabel so zusammen: "Die Stadtzeitungen haben bei ihrer Entwicklung zum Stadtmagazin ihre Themen und den Charakter ihrer Beiträge signifikant geändert und sind damit zu etablierten Lokalmedien geworden" (S.47). Die inhaltsanalytische Untersuchung im dritten Teil der Arbeit, durchgeführt an den Jahrgängen 1982, 1987 und 1992 von *Pflasterstrand*, *Szene Hamburg* und dem *Schädelspalter* aus Hannover, verifiziert dies und wartet im einzelnen mit folgenden Ergebnissen auf: In der Tat hat sich der Themenkatalog verändert - die Kommerzialisierung der Themeninhalte zeigt den Übergang von der Gesinnungs- zur Geschäftspresse. Hochsignifikant: die Abnahme der Themen Alternativpolitik und Politik, während öfter über Geschäftsgründungen und Personality-Themen sowie über Kultur als lokales Konsumangebot im Rahmen der Freizeitgesellschaft berichtet wird. Das alternative Moment geht dabei insgesamt zurück, man wendet sich dem etablierten Bereich zu. Zugleich hat der Anteil der genuß- und konsumorientierten Artikel zugenommen: "Das Interesse der Blätter liegt auf immateriellen Konsumgütern, sie sind erlebnisorientiert" (S.78). Dementsprechend gehen Bildung und Information über die Jahre zurück. Tadelnde Beiträge sind seltener enthalten, über 60 % aller Veröffentlichungen sind absolut oder überwiegend positiv. - Fazit: Was einmal widerstanden hat, hat nur überleben dürfen, wenn es sich eingegliedert hat.

Jutta Rossellit (Marburg)