

# Die „neue“ WAZ: Mal wieder gründlich aufgeräumt

geschrieben von Bernd Berke | 26. April 2022

Wenn sich die WAZ, die größte Zeitung des Ruhrgebiets, nach rund zehn Jahren ein neues Erscheinungsbild verpasst, so ist das schon ein regionales Thema. Wie will das altgediente Blatt in aufgefrischter Form wohl wirken?



Erscheinungsbild nach Relaunch: heutige Ausgabe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ).

Allererster Eindruck: Die WAZ sieht jetzt ungefähr so aus wie gefühlt 60 Prozent der bundesdeutschen Gazetten, die man so kennt. Luftiges Erscheinungsbild, praktisch kein Fettsatz mehr, kaum noch aufdringliche Farb-Elemente, also nicht marktschreierisch, mithin betont seriös. Selbst häufig wiederkehrende Kleinigkeiten wie die Autorenzeilen sind verändert worden (kein „Von“ mehr vor den Namen). Ob derlei Entschlackung auch immer zum Stil dieser Zeitung und zu den

Inhalten passt, ist eine andere Frage.

Für die Überschriften hat man eine schlanke, magere Typographie gewählt. Effekt: Auch „harte“ Nachrichten kommen visuell nicht mehr so streng und wuchtig daher, sondern so, wie man es früher im Feuilleton vermutet hätte, eher leichthin und spielerisch also. In den alten Kohle-Zeiten des Reviers waren die Hände nach der WAZ-Lektüre bisweilen schwarz von der Druckfarbe. Heute ist das völlig anders. Man könnte fast meinen, dies sei gar nicht mehr die Westdeutsche Allgemeine, sondern ein geklontes, etwas steriles und nicht mehr gar so handfestes Produkt.

Nun ist ein neues Layout mitsamt veränderter Schriftgestaltung allerdings stets Gewöhnungssache. Bei der Westfälischen Rundschau (WR) hatten wir einen solchen Relaunch alle paar Jahre. Es gab und gibt gewisse Layout-„Päpste“, die in recht kurzen Abständen immer wieder andere Features zur zeitgemäßen Optik hochjazzten – und wahrlich nicht schlecht daran verdienen. Immer aber heißt es hernach, die Zeitung wirke nun „aufgeräumter“ und lesefreundlicher als vorher. Bis dann alles wieder anders aussehen muss. Und so weiter.

Mit leichtem Bauchgrimmen erinnere ich mich an eine solche Maßnahme, in deren Gefolge der damalige WR-Chefredakteur uns Redakteurinnen und Redakteure im Konferenzraum an eine Batterie von Telefonen setzte, auf dass wir den Unmut weiter Teile der Leserschaft beschwichtigen sollten. „Rufen Sie uns an!“ Was man da alles zu hören bekam! Da drohte so mancher ehrne Westfale, er werde nicht nur selbst abbestellen („Wenn der Schwachsinn morgen nicht aufhört“), sondern auch alle Mitglieder seines Vereins etc. zum selben Schritt bewegen.

In diesem Sinne: Beste, mitfühlende Grüße an die Kollegenschaft, die ja auch mit neuen Computerbefehlen und sonstigen Regeln klarkommen muss. Der Redaktör hat's manchmal schwör, die Redaktörin nicht minder.

---

# Anmerkungen zur neuen WAZ-Beilage „Lust aufs Wochenende“

geschrieben von Bernd Berke | 26. April 2022

Es ist wahrlich kein neues Phänomen, dass viele Chefredakteure ihre Schwierigkeiten mit Kulturrezensionen haben. Vorab häppchenweise Appetit machen – okay. Das lassen sie schon mal gern durchgehen. Doch all das nachträgliche Kritisieren erscheint ihnen überflüssig. Die Leute werden schon selbst merken, ob es ihnen gefallen hat. Das könnte jetzt auch eine ziemlich populistische Denkfigur sein, oder?



Ausriß aus dem  
Titelseitenkopf der neuen  
Beilage (© WAZ)

Nach diesem unbedarften Gusto ist jetzt auch eine neue Beilage gefertigt, die heute erstmals in der WAZ erschienen ist. Sie heißt „Lust aufs Wochenende“, kommt donnerstags (mit 8 Seiten) und samstags heraus. Am Donnerstag besteht die Neuheit zu großen Teilen aus einem Terminkalender, der mit ein paar Texten garniert wird. Erleben, entdecken, genießen – so heißen die Leitwörter. Mann, sind die gut drauf! Immer jung und flott. Ein bisschen Kulinistik, ein bisschen Pop, Lifestyle und

Events – fertig ist die bonbonbunte Mischung.

Von den Autor(inn)en hat man als Leser des WAZ-Mantelteils bislang noch nicht viel gehört, sie zählen nicht zur Kerntruppe des Blattes. Vergebens habe ich heute nach einem speziellen Impressum gesucht. Hab' ich's übersehen? Gern hätte ich jedenfalls gewusst, wo die Funke-Gruppe diese Beilage produzieren lässt. Vielleicht erfährt man's ja noch nachträglich.

Schauen wir mal etwas genauer hin: Bislang sind donnerstags in der WAZ stets einige Kinokritiken erschienen, weit überwiegend von erfahrenen und sachkundigen Mitarbeitern verfasst. Daran konnte man sich schon ganz gut orientieren. Und jetzt? Hat man diese Rezensionen offensichtlich gestrichen.

Statt dessen gibt's praktisch nur noch kurzatmige Zehn-Zeilenvorstellungen neuer Filme, natürlich mit Sternchen-Wertung von 1 bis 5. Damit man sofort sieht, woran man ist und keine Zeit verschwenden muss. Richtig geraten: Kinocharts werden natürlich auch abgedruckt. Man muss ja unbedingt wissen, ob man zur großen Mehrheit gehört. Diese ganze Hit-oder-Niete-Top-oder-Flop-Denke. Ihr wisst schon, was ich meine.

Ein einziger Kino-Text ist in der Premierenausgabe ein ganz klein wenig länger geraten. Doch natürlich hat er empfehlenden Charakter, wenn man dabei von „Charakter“ sprechen kann. Mit Kritik hat man hier so gut wie nichts im Sinn. Schon gar nicht mit nachvollziehbaren Begründungen oder mit abwägendem Für und Wider. Fazit: Als kritische Instanz (hahaha! Der war gut...) ist diese neue Beilage ein Totalausfall.

Diese Donnerstags-Beilage u. a. in Großbuchstaben mit dem Slogan „MEHR KINO“ anzukündigen, ist jedenfalls ein schlechter Witz. Dass es dabei eh nicht um Arthouse-Filme, sondern um „die spannendsten Blockbuster und Familienfilme“ geht, dürfte wohl klar sein.

Damit nicht genug. Auf vier luftig layouteten Spalten wendet

man sich in aller Kürze auch neuen Büchern zu. Kostprobe der heutigen drei „Bewertungen“ gefällig? Wortwörtlich: „Ein nahezu perfekter Roman“ (Julian Barnes), „Ein großer Roman von einem wahrlich meisterhaften Autoren“ (James Lee Burke) und „gelingt es in ihrem Debütroman großartig...“ (Noemi Schneider). Alles bestens also. Kein lästiges Gemecker. Mit dem ungefilterten Pressematerial der Verlage und werblichen Klappentexten ließe sich die Trommel kaum penetranter röhren. Überdies darf man gespannt sein, ob die WAZ-Kulturredaktion dieselben Bücher auch noch einmal aufgreift. Man kann ohnehin nur hoffen, dass sich dort noch weiterhin das eine oder andere Gegengewicht bemerkbar macht.

Schon am Mittwoch hatte die WAZ Reklame in eigener Sache betrieben. „Die WAZ macht Lust aufs Wochenende“, hieß es da im Anreißer auf der Titelseite und man dachte schon, es ginge gleich los. Doch wir, die wir das Wochenende bislang immer so verschmäht haben, mussten uns noch einen Tag gedulden, bevor uns die Zeitung endlich Lust darauf machte. Ein weiterer Hieb wird dann am kommenden Samstag folgen, die Ausgabe soll sich in Erscheinungsbild und Themenstruktur deutlicher von den Wochentagen abheben, soll sozusagen „wochenendiger“ werden und dabei offenbar Anleihen bei den Sonntagszeitungen nehmen. Man wird sehen.