

## Linke Geistschleichen

Beim Axel Springer Verlag wurde das letzte „Ja“-Wort gesprochen: das Aus für das bunte Wochenblatt.

Anfang letzter Woche lief bei „Ja“, der „Zeitungsi Illustrierten“ des Axel Springer Verlags, der Redaktionsbetrieb noch ganz normal.

Am Montagvormittag nahm Chefredakteur Peter Koch, 48, an einer Konferenz der Springer-Chefredakteure beim Vorstandsvorsitzenden Peter Tamm, 59, teil. Nachmittags besprachen Koch und sein Stellvertreter Uwe Zimmer mit der



## nem Amtsantritt in dieser Rolle vor der DDR-Flagge und mit der DDR-Hymne

„Ja“-Titel, „Ja“-Text (Ausrif) Das Vermächtnis mißachtet

tag im Rundfunk und in der „Hörzu“ dieser Woche mittief („Immer dienstags...“). Das runde Dutzend „Ja“-Redakteure wird teils abwandern, teils vorerst bei Springer bleiben wie Koch.

Selten zuvor hatte ein Pressekonzern mit markigen Sprüchen über „ein starkes Stück Illustrierte“ die Erwartungen bei der Konkurrenz und beim Publikum so hochgeschraubt wie der Springer-Verlag mit seinem Buntmagazin. Die Enttäuschung war gewaltig, der Heftverkauf stürzte von maximal 1,7 Millionen im März auf den niedrigsten Stand von knapp 300 000 im Mai ab (SPIEGEL 18/1987).

Die Redaktion versuchte mit immer neuen Rezepten den Trend zu wenden. Zu Beginn hatte Blätterfinder Günter Prinz, damals Tamms Stellvertreter, mit breitenwirksamen Themen einen möglichst großen Leserkreis ansprechen wollen, um dann durch thematische Verengung einen kleiner werdenden, aber qualifizierten Käuferstamm zu gewinnen.

Doch die „verkornte Mischung“ („Gong“-Chef Helmut Markwort) kam nicht an. Erreicht wurden keine neuen Leserschichten, sondern vor allem Käufer, die bei „Bild“ und anderen Konzernblättern ohnehin schon stark vertreten sind, überwiegend ältere und weibliche Kunden. Zur Förderung der Auflage gab's zwischendurch mehr Schmuddelsex und nackte Busen im Blatt.

Später wandte sich die Redaktion Problemthemen wie Tschernobyl und Greenpeace zu, plädierte für Abrüstung und gegen die Atomfahren des Schnellen Brüters. „Ja“ ernannte den Moskauer Parteichef Michail Gorbatschow zum „Kennedy des Ostens“ und schrieb die DDR ohne Gänsefüßchen – was in der

Chefredateurskonferenz letzte Woche Zustimmung fand, etwa bei „Welt“-Herausgeber Herbert Kremp.

„Wir haben“, bemerkt ein „Ja“-Macher, „die Leserschaft in der kurzen Zeit wohl dreimal ausgetauscht: erst die Omas, dann die Voyeure und zum Schluß die, die wir eigentlich erreichen wollten.“ Als aber nach einem spürbaren Auftrieb durch die Sex-Titelbilder, bis zu fast einer halben Million Auflage, der Heftabsatz vorübergehend wieder sank, war das Ende von „Ja“ besiegelt. Dabei hieß es in Leserbriefen, das Blatt sei „in den letzten Wochen immer besser“ geworden. Und Burdas „Bild + Funk“-Chef Günter van Waasen fand von allen Heften „das letzte das beste“.

Prinz hatte schon nach drei Nummern die Einstellung gefordert, bevor er im Mai nach einem Machtkampf um die Konzernführung bei Springer ausschied. Gewollt oder ungewollt führte Tamm, der die vorläufige Weiterproduktion von „Ja“ im Vorstand durchsetzte, noch eine Zeitlang die Untauglichkeit der Prinz-Rezeptur vor.

Ohne Prinz stand die Redaktion im konservativen Springer-Konzern auf verlorenem Posten. Die führenden Leute, zuvor beim „Stern“, zählten zu einer Sorte Journalisten, in denen „Bild“-Chefredakteur Horst Fust schon immer „linke Geistschleichen“ gesehen hatte. Dabei war Koch bereits Planungschef für das erfolgreiche Springer-Blatt „Auto Bild“.

Wie ein Fremdkörper sah sich das „Ja“-Team etwa von „Welt“-Kollegen behandelt: Als die Redaktion vor dem Blattstart den Washingtoner „Welt“-Korrespondenten Fritz Wirth um eine Story über „die Macht der Nancy Reagan“ bat, bekam sie den Wirth-Beitrag alsbald zu lesen – in der „Welt“.

Folgeschwerer war, daß die „Ja“-Macher die Konzernführung nicht für sich einnehmen konnten. „Ich bedaure“, sagt der Springer-Journalist Ernst J. Cramer, „daß es uns nicht gelungen ist, eine Konzeption zu entwickeln, die dem ‚Ja‘ gerecht wurde – lebensbejahend, positiv.“ Cramer ist Mitglied des Springer-Aufsichtsrats.

Am schlimmsten aber wirkte sich aus, daß die Verlegerwitwe Friede Springer für „Ja“ keinen Platz im Konzern sah. Die DDR-Schreibweise ohne Gänsefüßchen erschien ihr als Verstoß gegen das Vermächtnis Axel Springers, der sich zeitlebens geweigert hatte, „die Führungsstriche für obsolet anzusehen“. Ebenso untragbar fand die Witwe die voyeuristischen Titelbilder mit Schlagzeilen wie „Frauen vergewaltigen Männer“ oder „Was den Po so sexy macht“. Da halfen auch alle Entschuldigungen der „Ja“-Leute nichts, beim konzern-eigenen „Bild“ gehe es schließlich auch bumsfidel zu.

„Das Blatt“, sagt ein Springer-Manager, „wäre auch dann eingestellt worden, wenn der Versuch mit den Nackttiteln noch mehr Auflage gebracht hätte.“



„Ja“-Chefredakteur Koch  
Erst die Omas, dann die Voyeure

Werbeabteilung neue Anzeigentexte für „Ja“. Abends bat Tamm die ahnungslose Redaktionsspitze zu einem „kurzen Gespräch“ am nächsten Tag um 9.30 Uhr.

Kurz, aber schmerzlich war dann auch Tamms Morgenbotschaft: „Ich muß Ihnen die traurige Mitteilung machen, daß ‚Ja‘ eingestellt wird.“

Das bunte Dienstagsblatt war Mitte März mit geplanten Investitionen von 30 Millionen Mark und großem Werberummel (für rund zehn Millionen Mark) als „Zeitschriften-Innovation des Jahres“ gestartet worden. „Ja“, hatte Peter Tamm zur Premiere verkündet, klinge „bewußt positiv und optimistisch“. Doch konzernfremde Fachleute prophezeiten schon damals, der Allerweltstitel stehe allenfalls für Profillosigkeit.

So kam es dann auch. Nach nur 16 Ausgaben ist das weiche Konzept einer „positiven Illustrierten“ („Bild“) im harten Wettbewerb der bunten Branche gescheitert. Das Ende kam so abrupt, daß die „Ja“-Werbung noch am Diens-