

Beate Müller-Blattau und Volker Daur bildeten die Chefredaktion der Saarland Zeitung, deren ansehnliche Jungfernausgabe am 15. Februar 1990 erschien. Dass auch Edelfedern wie Franca Magnani und Ulrich Wickert Texte beisteuerten, konnte das ambitionierte Projekt jedoch nicht retten.

Foto © WolkeScript



Vor 30 Jahren: Die Saarland Zeitung will Mediengeschichte schreiben

Im Frühjahr vor 30 Jahren begann und endete in Saarbrücken ein medienpolitisches Experiment. Die „Saarland Zeitung“, für die extra eine Hartmann Verlag GmbH & Co. KG gegründet wurde, trat an, um ein Gegengewicht zur Saarbrücker Zeitung (SZ) zu bilden.

Das Wochenblatt sollte jeden Donnerstag ein „Beitrag zum Pressepluralismus“ sein, so die Selbsteinschätzung. Ein paar Wochen zuvor war mit Radio Salü ein regionaler Radiosender gestartet, irgendwie roch es tatsächlich nach Medienvielfalt im Saarland. Aber nicht lange.

„Den Oskar liebe ich“

Die Nummer 1 der Saarland Zeitung überzeugte mit ihren 44 Seiten und einem farbigen Magazin bei weitem nicht genug Leser und Inserenten. Die Nummer 2 wurde nur noch teilweise gedruckt und ausgeliefert, eine Nummer 3, geplant für den März, gab es nicht mehr. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vorher zum großen Teil Beschäftigte der Saarbrücker Zeitung, seien „fassunglos“, schrieb SZ-Kolumnist Alfred Schön ganz ohne Häme. Manche durften zu ihrem alten Arbeitgeber zurück.

Dabei konnte sich die Nummer 1 der Saarland Zeitung inhaltlich sehr wohl sehen lassen. Auf der Titelseite ein Exklusiv-Interview mit Nicolai Portugalow, Deutschland-Experte der KPDSU. Das war damals hochaktuell, weil niemand wusste, wie

Moskau mit der Abdankung Erich Honeckers und vor allem mit deren staatspolitischen Folgen umgehen würde. Im Innenteil ein Namenbeitrag von Robert Jungk, einer Ikone der Zukunftsforschung und der Friedensbewegung.

Der regionale Bezug war den Machern wichtig, Christiane Krajewski und Marianne Granz wurden als hochmotivierte Nachwuchsministerinnen in den Startlöchern porträtiert, der Romanautor Ludwig Harig setzte sich in einem langen Interview auch mit seinem Idol Oskar Lafontaine auseinander: „Den Oskar liebe ich. Aber trauen? Das ist im Übrigen oft so, dass man jemanden liebt, und dennoch nicht weiß, ob man ihm über den Weg trauen kann.“ Ein Schwerpunktthema der Ausgabe war übrigens der Fachkräftemangel. Manche Sätze lesen sich, als wären sie im Frühjahr 2020 geschrieben: „Der Wettbewerb um Fachkräfte wird zunehmen. Saarländische Unternehmen suchen bundesweit nach Experten. Unternehmenskultur ist Erfolgsfaktor ...“

Ein Fake-Projekt?

Nicht aus dem Frühjahr 2020 könnten einige der reichlich vorhandenen Anzeigen stammen. Da bot die Commerz-Credit-Bank 7 Prozent beim Festzins sparen an, und Aldi machte ein Sonderangebot für Chromdioxid-Tonbandkassetten von BASF: 6 Mark 89 für 180 Minuten Laufzeit.

„Die Saarland Zeitung ist die erste deutsche regio-

nale Wochenzeitung“, verkündete Herausgeber Herbert Hartmann nicht ohne Stolz in seinem Editorial. Der Subtext: Wir schreiben hier gerade Mediengeschichte!

Das Jahresabo der Saarland Zeitung kostete 130 Mark. Wie viele feste Kunden es gab, das wurde aber genauso als Geheimnis gehütet wie die Auflagenhöhe der Nummer 1 und die Identität der Geldgeber. Da Hartmann nach dem saarländischen Experiment in den neuen Ländern bei Holtzbrinck-Objekten Karriere machte, gab es in der Szene die bis heute unwidersprochene Theorie, es habe sich bei dem Projekt in Saarbrücken um eines der Holtzbrinck-Gruppe selbst gehandelt, damals Mehrheitseignerin der SZ. Motto: Wenn das hier in den Sand gesetzt ist, wird es so schnell keiner mehr versuchen.

Wolfgang Kerkhoff, 17.6.2020



Mit dieser selbstbewussten Anzeige warb das junge Radio Salü in der Magazinbeilage der Saarland Zeitung. Es ging natürlich um die Konkurrenz auf der Beliebtheitskala ...