

Musíme nabídnout vícerychlostní noviny

Lidové noviny se od 18. dubna mění. O této změně a o dalším vývoji deníkového trhu jsme hovořili se šéfredaktorem LN Veselinem Vačkovem.

■ Martina Vojtěchovská

Proč jste vůbec přistoupili ke změnám LN?

České deníky si byly v posledních letech až příliš podobné, což bylo jednak dáno nedostatkem zkušeností a invence, ale také živelnými procesy na čtenářském trhu, symbolizovanými nástupem bulváru. Teď se podle mého názoru situace pozvolna mění a přibývá čtenářů, kteří chtějí noviny s výraznějším charakterem a svébytnějším pohledem. A právě tímto směrem jsme postupovali, když jsme připravovali změny v LN. Chceme zdůraznit jejich vlastní rukopis, chceme ukázat, že mají jiné priority než ostatní deníky, že jsou seriózním listem, který je zároveň velmi živý a dynamický.

Znamená to, že je cílem změn zdůraznit postavení LN jako názorového deníku?

Lidové noviny byly a nadále budou deníkem, pro který jsou názory mimořádně důležité. A je pravda, že jsme se tento charakteristický prvek, kvůli kterému jsou LN vyhledávány, rozhodli posílit, takže názory budou na našich stránkách velmi viditelné. V Británii se teď rází pojem „viewpaper“ a Lidovky mají k němu v Česku nejbližší.

Důležitá otázka je, jestli se budou Lidovky a MFD více lišit, jestli bude mezi nimi hmatatelný rozdíl.

Pro snadnější uchopení této otázky mám takové přirovnání: MF Dnes je velká, kvalitní mléčná čokoláda se spoustou oříšků,

V čem se odlišnost projeví?

První změnou, kterou si čtenář všimne, je nový layout, který jsme připravovali se švýcarskou designerkou *Katjou Höslí*. Obecně si myslím, že důležitost designu na českém trhu velmi vzrostla. Důležitější ale nadále zůstává obsah.

A pokud jde právě o obsah, jak byste vymezil LN vůči MFD ostatním deníkům?

Změnu jsme postavili na posílení toho nejlepšího v LN. Nyní budeme nabízet nejvíce kultury ze všech deníků. LN jsou také spojovány se zájmem o vzdělání a vědu, proto zavádíme jako jediné noviny denní stránku o vědě. Zmiňoval jsem se o komentářích, dáváme jim větší prominenci, rozšiřujeme sobotní přílohu Orientace. Chceme také nabízet jiný pohled na ekonomiku, což se odráží v nové koncepci ekonomické přílohy, která se teď jmenuje Byznys. Také jsme změnili strukturu novin, teď budou mít tři sešity a v tom třetím je každý den jedna příloha. Některé přílohy jsme přitom mírně zvětšili a hlavně zpřesnili jejich koncepci.

Je tedy snahou víc se osamostatnit ve vnímání čtenářů?

Určitě, cílem změn je posílení svébytného postavení LN na trhu vůči ostatním deníkům. Základem změny přitom není boom v počtu stránek, i když mírné navýšení tady je, ale spíše snaha, abychom stránky zaplnili zajímavým obsahem.



ZMĚNA. Takto vypadají Lidové noviny s novým logem a designem.

kteř se prodává velmi dobře. Lidovky jsou oproti tomu sice menší, ale velmi kvalitní hořkou čokoládou pro gurmány. Obě čokolády mají místo na trhu, na jedné straně si konkurují, na druhé se doplňují. My chceme s MFD na trhu informací soupeřit a z pohledu čtenářů se i doplňovat. Změny v LN mají odlišnosti mezi námi zviditelnit.

Protože redakce LN a MFD mají stejné sídlo, nabízí se otázka, zda obě redakce pracují nezávisle.

Jsou zcela nezávislé, máme vlastní a naprosto oddělené týmy reportérů, editorů, fotoreportérů nebo grafiků. Denně soupeříme, jednoduše chceme mít lepší obsah než MFD a ta chce to samé.



JAK DÁL? „Myslím si, že nás čeká to, co se odehrává v západní Evropě, tedy častější relaunche, častější grafické, strukturální i obsahové změny,“ odhaduje vývoj Veselin Vačková.

Museli jste v souvislosti se změnami rozšiřovat redakci?

Od začátku roku jsme přijali přibližně deset nových kolegů.

Každá takováto změna v sobě nese skrytý cíl v podobě navýšených prodejů. Máte stanovený cíl, na jakou úroveň byste chtěli v prodaných nákladech dosáhnout?

Pro ekonomický úspěch titulů je důležitější inzertní výkon a zde využíváme synergií v rámci vydavatelské skupiny. Co se týče nákladu, neslibujeme si okamžitý záračný nárůst, protože ta změna je vedena dlouhodobými strategickými úvahami o tom, kde se noviny mají pohybovat. I když nezastíráme, že chceme nárůst nákladu, preferujeme postupný růst a větší podíl předplatitelů.

V souvislosti se současným vývojem českých deníků se mluví o bulvarizaci. Jak moc se podle vás týká LN?

Lidové noviny dlouhodobě staví na kvalitě a serióznosti, nikoli na zábavě. Slovo „zábava“ se ale stalo téměř nadávkou v rozhovorech o médiích, neprávem. Jsem přesvědčen, že seriózní noviny mají taky bavit. Důležité ale je, aby se nestaly součástí zábavní společnosti. A Lidové noviny součástí showbyznysu nejsou a ani nebudou.

Kde je hranice?

Každá redakce si ji musí najít sama. Já pouze vím, že bulvarizace leckdy nespočívá v tématech, ale v mizerné novinářské práci.

Kdybyste si měl zahrát na vizionáře a odhadnout, jak bude deníkový trh vypadat za pět let, co byste řekl?

Internet, mobilní telefony, televize opravdu tlačí na deníky tím, že mění životní styl čtenářů. Elektronická média učí lidi neklidu, větší rychlosti spotřeby informací, zatímco noviny spíše předpokládají klid. Na druhé straně, pokud jsou čtenáři elektronickými médii takto ovlivněni, tak my jim musíme nabídnout vícerychlostní noviny, které se dají přečíst jak za 20 minut, tak i za dvě hodiny. Tady je velmi důležitá dobrá navigace, přehlednost, layout a podle mě toto bude hlavní výzva pro české deníky v následujícím období. Myslím si, že nás čeká to, co se odehrává v západní Evropě, tedy častější relaunche, častější grafické, strukturální i obsahové změny.

Počet deníků považujete za konečný?

Co do počtu deníků je podle mě situace stabilizovaná. Podle mě ale bude vzrůstat počet vedlejších produktů: více magazínů, příloh různého zaměření, které cílí na určitou skupinu, protože deníky jsou všeobecné, a pokud chcete zasáhnout speciální cílovou skupinu, musíte jí něco nabídnout.

Neočekáváte ani posilování počtu bulvárních titulů?

Zatímco všeobecné deníky jsou spíše „slow food“, tak bulvár je z povahy věci fast food a ten necítí takový tlak ze strany internetu nebo mobilů. Myslím si, že v Česku je ještě dost místa pro informační fast foody tohoto typu. A kromě toho si myslím, že na trhu místo pro ještě jeden ekonomický titul dravé a kompaktní povahy. ■

Martina Vojtěchovská

Wir müssen eine Zeitung mit mehreren Geschwindigkeiten anbieten

Die Lidové Noviny ändert sich am 18. April. Über diese Änderung und die weitere Entwicklung des Tageszeitungsmarktes haben wir mit dem Chefredakteur von Lidové Noviny, Veselin Vačkov, gesprochen.

*** Warum haben Sie überhaupt etwas geändert?**

Die tschechischen Tageszeitungen waren sich in den letzten Jahren schrecklich ähnlich. Teilweise war es der Mangel an Erfahrungen und Invention, teilweise waren es spontane Änderungen auf dem Lesermarkt, symbolisiert durch den Auftritt des Boulevardstils. Jetzt spüren wir aber in der Redaktion, und die Forschungen bestätigen es, dass sich die Situation ändert. Es gibt immer mehr Leser, die eine Zeitung mit ausgeprägterem Charakter und einer eigenen Sichtweise haben wollen. Unsere Änderungen gehen eben in diese Richtung. Wir wollen unsere eigene Handschrift betonen und wir wollen zeigen, dass die Lidové Noviny andere Prioritäten als andere Tageszeitungen hat, dass sie ein seriöses Blatt ist, gleichzeitig sehr lebendig und dynamisch.

*** Bedeutet das, dass Ihr Ziel ist, die Position von Lidové Noviny als Meinungstageszeitung zu betonen?**

Lidové noviny war und wird auch weiterhin die Tageszeitung sein, für die Meinungen außerordentlich wichtig sind. Und es stimmt, dass wir uns entschieden haben, dieses typische Element zu verstärken, sodass die Meinungen auf unseren Seiten sehr sichtbar sind. In Großbritannien wird jetzt oft der Begriff „viewspaper“ verwendet und Lidové noviny steht in Tschechien diesem Begriff am nächsten.

*** Eine wichtige Frage ist, ob sich die Lidové Noviny und die Mladá Fronta DNES mehr unterscheiden werden und ob es zwischen ihnen einen greifbaren Unterschied gibt.**

Die MF DNES ist eine große Milkschokolade mit vielen Nüssen, hoher Qualität, die sehr einfach zum Verkaufen ist. Lidové noviny ist dagegen zwar eine kleinere, eine Bitterschokolade, mit hoher Qualität, eher für Gourmets. Beide Schokoladen haben ihren eigenen Platz auf dem Markt, sie konkurrieren einerseits, andererseits ergänzen sie sich aber auch. Wir wollen mit der MFD auf dem Markt der Informationen Wettbewerber sein und in Sicht der Leser wollen wir uns auch ergänzen. Die Änderungen in der LN sollen die Unterschiede zwischen beiden Zeitungen noch sichtbarer machen.

*** Worin wird sich der Unterschied zeigen?**

Die erste Änderung, die der Leser sieht, ist das neue Layout, das wir mit der schweizerischen Designerin Katja Hösli vorbereitet haben. Allgemein meine ich, dass die Wichtigkeit des Designs auf dem tschechischen Markt gestiegen ist. Wichtiger aber auch für die Zukunft bleibt der Inhalt.

*** Und wenn es eben um den Inhalt geht, wie würden Sie LN gegenüber MFD und anderen Tageszeitungen abgrenzen?**

Unsere Veränderungen haben wir auf den Stärken der LN aufgebaut. Jetzt werden wir das größte Kultur-Angebot aller Tageszeitungen haben. Lidové noviny ist auch mit dem Interesse für Bildung und Wissenschaft eng verbunden, deswegen führen wir auch als einzige Tageszeitung die tägliche Seite über Wissenschaft ein. Ich habe die Kommentare erwähnt, sie bekommen mehr Prominenz, wir erweitern die Sams-tagsbeilage „Orientace“. Wir wollen auch eine andere Sichtweise auf die Wirtschaft anbieten, sie heißt jetzt „Byznys“. Wir haben auch die Struktur der Zeitung geändert, sie wird jetzt drei Bücher haben und das dritte Buch hat jeden Tag eine Beilage. Manche Beilagen haben wir dabei vergrößert und dabei ihre Konzeptionen geschärft.

...

*** Da die Redaktionen von Lidové noviny und MF DNES den gleichen Sitz ha-ben, stellt sich die Frage, ob beide Redaktionen unabhängig arbeiten.**

Sie sind ganz unabhängig, wir haben jeweils eigene und vollständig getrennte Re-porter-Teams, Editoren, Fotoreporter und Grafiker. Wir rivalisieren täglich, wir wollen beide jeweils den besten Inhalt haben.

...

*** Jede solche Änderung trägt in sich ein verstecktes Ziel des erhöhten Ver-kaufes. Haben Sie ein Ziel festgelegt, was Sie im Verkauf erreichen wollen?**

Für den wirtschaftlichen Erfolg der Titel ist die Anzeigenleistung wichtiger und hier nützen wir die Synergien im Rahmen der Verlagsgruppe. Was die Auflage anbelangt versprechen wir uns nicht einen sofortigen wunderbaren Zuwachs, wir bevorzugen einen schrittweise Zuwachs und einen größeren Anteil von Abonnenten.

*** Im Zusammenhang mit der jetzigen Entwicklung der tschechischen Tages-zeitungen spricht man über eine Boulevardtendenz. Wie weit betrifft es die Lidové noviny?**

LN baut langfristig auf Qualität und Seriosität, nicht auf Unterhaltung. Das Wort „Un-terhaltung“ ist fast ein Schimpfwort in den Gesprächen über Medien geworden, je-doch zu Unrecht. Ich bin überzeugt, dass eine seriöse Zeitung auch unterhalten soll. Es ist aber wichtig, dass sie nicht ein Bestandteil der Unterhaltungsgesellschaft wird. Und LN ist und wird auch nicht Bestandteil des Showbusiness sein.

*** Wo ist die Grenze?**

Jede Redaktion muss sie alleine finden. Ich weiß nur, dass der Boulevardstil oft nicht nur in Themen beruht, sondern in der schlechten journalistischen Arbeit.

*** Wenn Sie Visionär wären und schätzen sollten, wie der Tageszeitungsmarkt in fünf Jahren aussehen wird, was würden Sie sagen?**

Internet, Handy, Fernsehen setzen die Tageszeitungen dadurch unter Druck, dass sie den Lifestyle von Lesern ändern. Die elektronischen Medien lehren die Menschen die Unruhe, und die größere Geschwindigkeit im Verbrauch von Informationen, wäh-rend die Zeitung eher Ruhe voraussetzt. Andererseits, wenn die Leser von elektroni-schen Medien soweit beeinflusst sind, dann müssen wir ihnen die Zeitung mit mehreren Geschwindigkeiten anbieten, die man in zwanzig Minuten aber auch in

zwei Stunden lesen kann. Hier ist eine gute Navigation sehr wichtig, Übersichtlichkeit und das Layout. Nach meiner Meinung wird dies die Hauptanforderung für die tschechischen Tageszeitungen in der Zukunft sein. Ich glaube, es erwartet uns das, was sich in Westeuropa abspielt, also öftere Relaunchs, öfters grafische, inhaltliche und strukturelle Änderungen.

*** Halten Sie die Anzahl der Tageszeitung für endgültig?**

Was die Anzahl der Tageszeitungen anbelangt, ist die Situation meiner Meinung nach stabilisiert. Die Anzahl der Nebenprodukte wird wachsen: mehr Magazine, mehr Beilagen verschiedener Inhalte, die auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet sind, weil die Tageszeitung generalistisch ist und wenn Sie eine spezielle Zielgruppe ansprechen wollen, müssen Sie ihr etwas Spezielles anbieten.

*** Erwarten Sie eine Erhöhung der Anzahl von Boulevardtiteln?**

Die allgemeinen Tageszeitungen sind eher „slow food“, die Boulevardtitel sind von der Substanz her „fast food“ und sie spüren nicht so einen großen Druck seitens Internet oder Handy. Ich meine, dass es in Tschechien noch genug Platz für Informations-Fast-Foods dieser Art gibt. Und außerdem meine ich, dass es auf dem Markt noch Platz für einen Titel gibt, der einen reißenden und kompakten Charakter hat.