

Der Seelenverkäufer

Robert Schneider ist Chefredakteur der Zeitschrift *Super-Illu* und will seinen Lesern nicht dauernd erzählen, wie es früher war. An einen Ossi-Code glaubt er aber trotzdem.

Von Frank Junghänel

Wenn sich Robert Schneider eine Geschichte für die *Super-Illu* wünschen dürfte, in der alles so zusammenpasst, wie er sich das gern vorstellt, könnte er gleich bei sich selbst anfangen. Schneider ist jung, sympathisch, fotogen, er ist erfolgreich und kommt aus dem Osten. Besser geht's eigentlich gar nicht. Und dann sitzt er an diesem Freitag mit dem

Layouter Roy Grabowski vor dem Monitor und sagt einen Satz, von dem er nie gedacht hätte, dass er ihn einmal sagen würde: »Mach mir doch mal die Dagmar groß.« Die Dagmar. Zwanzig Jahre *Super-Illu* in einem Wort. Für viele, selbst in der eigenen Redaktion, ist es ein Wort des Grauens. Zwanzig Jahre lang spielte die DDR-Schlagersängerin Dagmar Frederic das Maskottchen der *Super-Illu*, ungezählt sind ihre Titelbilder, der frühere Chefredakteur war ihr Trauzeuge. Nun, da es eine neue Entwicklung in dem bizarren Erbschaftsstreit gibt, in den sie verwickelt ist, müsse man sie noch mal groß machen, findet sein Nachfolger Schneider. Als dann das Bild der Frau auf dem Schirm erscheint, stöhnt Grabowski nur: Oh Gott. Er dachte, das hätten sie hinter sich.

»Das ist mein erster Frederic-Titel, seit ich hier bin«, verteidigt sich Schneider. »Sie hat

mir aber auch nicht gefehlt.« Er schnellte mit seinem Bürostuhl zurück und überrollt dabei um ein Haar Dolly, den Chihuahua-Mischling seiner Freundin Leyla Piedayesh, auf den er heute aufpassen muss, weil das Frauchen, die Chefin des Labels Lala Berlin, für ein paar Tage zu einer Modenschau nach Paris geflogen ist. In der Mittagspause bringt er rasch noch deren Tochter zum Kindergeburtstag. Iranische Freundin, Patchworkfamilie, Paris – das klingt nicht nach dem Fluidum der guten alten Suppen-Illu, wie das Blatt mitunter auch genannt wird.

Als Robert Schneider im April 2011 die Redaktion der *Super-Illu* übernahm, war er ein Versprechen auf die Zukunft, und das ist er geblieben. Während sein bayerischer Vorgänger Jochen Wolff schon mal im Trachtenjanker in der Redaktion in Berlin-Mitte erschien, trägt Schneider bei der Arbeit

ein verschossenes T-Shirt, allerdings mit einem eleganten Schal kombiniert. Das Blattmachen bei einer Boulevardzeitung hat er im Springer-Verlag gelernt, wo er zuletzt als Stellvertretender Chefredakteur für die *Bild am Sonntag* zuständig war. Seine Mitarbeiter sagen, er sei lockerer als Wolff, aber auch chaotischer. Entscheidungen treffe er oft aus dem Bauch heraus. Doch Spontaneität, so komisch das klingt, mögen Journalisten nicht gern. Am liebsten haben sie Konzepte. Und auf das Konzept, wie es mit der *Super-Illu* weitergehen soll, warten sie noch immer. Schneider hat am Layout gewerkelt, Schriften verändert, Rubriken eingeführt, den Politikteil aktualisiert. Er kann am Heft so viel herumdoktern, wie er will, er wird die Frage beantworten müssen, wie zeitgemäß eine Illustrierte ist, die sich exklusiv den Ostdeutschen verpflichtet fühlt, da längst eine

Generation herangewachsen ist, die sich nicht mehr so einfach nach Ost und West unterscheiden lässt. Seine Generation. Schneider war dreizehn, als die Mauer fiel.

»Mit 2,9 Millionen Lesern ist die *Super-Illu* die meistgelesene Zeitschrift in Ostdeutschland.« Wie ein Mantra wird dieser Satz in jeder Ausgabe auf der Aufschlagseite rechts oben wiederholt. Die Leser sind das eine, die verkaufte Auflage ist das andere. Und die geht dramatisch zurück. Allein in den letzten fünf Jahren ist sie um ein Viertel gesunken. Derzeit beträgt sie circa 337 000 Exemplare. In den Anfangsjahren waren es fast dreimal so viel. Andere verlieren auch, aber die *Super-Illu*, die seit 1990 im Burda-Verlag erscheint, hat ein spezielles Problem: Was wird aus der Zeitschrift, die die Ostdeutschen praktisch erfunden hat, wenn es keine Ostdeutschen mehr gibt?