



Im neuen Jahrbuch gibts viele Fotos von Menschen der Region. Foto: bm

Jahrbuch erfindet sich neu

Kampf dem Leserschwind Die Oberaargauer Publikation soll Verkaufszahlen erhöhen.

Der Regionalpublikation geht die Leserschaft aus. Nicht weil sich etwas geändert hätte – vielmehr weil sich nichts geändert hat. Der Leserinnen- und Leserschwind ist eine Begleiterscheinung der Überalterung. Anders ausgedrückt: Die Zielgruppe stirbt weg.

«Wenn wir nichts unternehmen, gibt es uns in fünf Jahren nicht mehr», sagte Daniel Gaberell, Präsident der Jahrbuchvereinigung, in einem Gespräch mit dieser Zeitung im März. Und kündigt nun an der Vernissage des 65. Jahrbuchs an, dass etwas unternommen wurde. Das seit 1958 erscheinende Jahrbuch des Oberaargaus hat eine Verjüngungskur erhalten.

Für das Buch im Rentenalter bedeutet das Folgendes: neues Layout, kürzere Kapitel, mehr Bilder und ein Marketingkonzept mit Social-Media-Präsenz. «Das Jahrbuch soll nicht mehr unangestastet in Wohnzimmerregalen stehen», so Gaberell. Es gehöre in Rucksäcke, auf Küchentische, solle Eselsohren und auch mal Flecken bekommen.

Der neue Auftritt

Das aktuelle Jahrbuch liegt gut in der Hand und lädt tatsächlich dazu ein, es aus dem Handgelenk auf einen Tisch zu klatschen. Schäden an Tischplatten muss deswegen niemand befürchten: Das Buch verfügt im Gegensatz zu Vorjahresmodellen über einen flexiblen Einband und rund 80 Seiten weniger Umfang.

Wird das Buch nicht nur auf den Tisch gehauen, sondern auch aufgeschlagen, erhärtet sich der Verdacht, den das Design des Frontdeckels weckt. Hier wird mit der jahrzehntealten Gestaltungsdoktrin gebrochen: neue Schriftarten, Titel und Titelbilder sind abgestimmt, einzelne Kapitel haben ein eigenes Farbthema.

Den angestaubten Auftritt der Anthologie in die heutige Zeit überführen: Das sei ihre Vision beim Gestalten gewesen, erklärt Patrick Sigrist. Der Mitgründer der visuellen Designfirma P'inc spricht von einem nachhaltigen Layout. Und meint damit ein Erscheinungsbild, das zeitlos genug ist, um über Jahre modern zu bleiben.

Kürzere Kapitel, mehr Bilder

Nicht allein optisch nimmt das neue Jahrbuch eine jüngere Zielgruppe ins Visier. Auch inhaltlich ist ein Wandel spürbar. Die Kapitel sind im Schnitt fünf Seiten kürzer als noch in der Ausgabe von 2021. Ob insgesamt mehr Fotos eingebaut wurden, wie von Daniel Gaberell angekündigt, ist schwer zu prüfen: Schon die vergangenen Jahrbücher verfügten

über mehr Bilder, als man zählen möchte.

Bei den Kapiteln wird die zunehmende Gewichtung von Bildmaterial hingegen ersichtlich. In 5 der 13 Kapitel spielen jetzt Fotos die Hauptrolle – letztes Jahr war das bei 2 von 14 der Fall. Ausserdem sind die Motive vermehrt aktuell. Diese Veränderung schlägt sich in den Texten nieder. Statt weiter primär die historischen Facetten auszuleuchten, bildet das neue Jahrbuch vor allem den heutigen Oberaargau ab. Das zeigt sich in Kapiteln wie dem über Thömu Kumpli, das sich vollständig dem Dorforiginal aus Herzogenbuchsee widmet. Besuchenden von Langenthaler Fussball- oder Eishockeyspielen dürfte der 66-Jährige nicht unbekannt sein. Dieses Jahr wurde er gar zum Ehrenmitglied des FC Langenthal erhoben.

Zwölf weitere Kurzporträts geben ebenfalls den Menschen des kontemporären Oberaargaus eine Bühne. Lokführer, Fischzüchterinnen, Dönermänner und Fährfrauen sind es, die dem regionalen Jahrbuch ein buntes Lokalkolorit verleihen.

Damit die Geschichten und Schicksale der Region auch wieder vermehrt den Weg zu Oberaargauerinnen und Oberaargauern finden, kümmern sich zwei Frauen um den Auftritt des Jahrbuchs auf Facebook und Instagram: Sabine Mühlethaler und Mani Camille Nyfeler.

Eine jüngere Zielgruppe

«Wir wollen eine jüngere Zielgruppe ansprechen», sagt Mühlethaler und meint Menschen zwischen 40 und 50 Jahren. Dazu verfassen die zwei Social-Media- und Marketingverantwortlichen Newsletter und Postings, die übers Jahr verteilt die Buchinhalte anpreisen. «Dafür ist das neue Design ein Segen», findet Mani Camille Nyfeler.

Vermag die Neuausrichtung den Leserschwind der Regionalpublikation aufzuhalten oder gar umzukehren? Laut Daniel Gaberell lässt sich das erst in zwei, drei Jahren feststellen. Es ist jedenfalls nicht der erste Wandel: Das Design des Jahrbuchs wurde in den letzten sechs Jahrzehnten rund alle 20 Jahre überarbeitet.

Ob das aktuelle Erscheinungsbild ebenso lang Bestand haben wird, ist sich der Verleger nicht sicher. «Vielleicht leben wir einfach nicht mehr in Zeiten, in denen etwas 20 Jahre gleich bleiben kann», so Gaberell.

Das aktuelle Jahrbuch des Oberaargaus kostet 29 Franken und kann auf der Website Jahrbuchoberaargau.ch bestellt werden.