

# Boulevard und Fußball

„RP Online“ ist der Überflieger unter den Online-Angeboten deutscher Regionalzeitungen. Eine Spurensuche nach dem Geheimnis des Erfolgs

→ Die Homepage erschlägt den Nutzer mit ihrer bunten Kleinteiligkeit, die Benutzerfreundlichkeit lässt zu Wünschen übrig – und dennoch: „**RP Online**“ ist der Überflieger unter den Online-Angeboten deutscher Regionalzeitungen. Laut den aktuellen **Agof internet facts 2009-IV** kam die Website zwischen Oktober und Dezember 2009 auf eine Reichweite von 1,83 Mio. Unique User. Das sind zwar 60.000 weniger als im Untersuchungszeitraum 2009-III, aber über eine halbe Million mehr als die Nummer zwei „**Abendblatt.de**“ (1,25 Mio.). „RP Online“ konnte über die vergangenen zwei Jahre die Reichweite von 2,6 auf 4,2% steigern und hat sich fest an der Spitze der Regionalseiten etabliert.

Das „**Hamburger Abendblatt**“ liegt mit 2,9% deutlich dahinter – überholte aber erneut das **WAZ**-Portal „**Der Westen**“ mit einer Reichweite von 1,18 Mio. Unique User (2,7%). Die beiden Newsites liefern sich seit zwei Jahren einen erbitterten Kampf um den zweiten Platz, gegen „RP Online“ hat sich allerdings noch keine durchgesetzt.

Im Zwei-Jahres-Verlauf konnte „Der Westen“ 520.000 Unique User dazugewinnen, während sich „Abendblatt.de“ eher auf stabilem Niveau hielt. Unter den Top Fünf war die Springer-Zeitung allerdings die einzige, die zuletzt an Reichweite zulegte. Das überrascht besonders angesichts der Paid-Content-Strategie, die **Springer**-Chef **Mathias Döpfner** dem „Hamburger Abendblatt“ und der „**Berliner Morgenpost**“ Ende 2009 verordnet hat. Die Bezahlschranke ist allerdings nach wie vor leicht über **Google News** zu umgehen.

„**Morgenpost.de**“ verlor im Gegensatz zum Schwesterblatt an Nutzern, mit 70.000 fiel das Minus aber relativ gering aus. Die Seite hat in Berlin mit starker Konkurrenz zu kämpfen, wie dem „**Ta-**

**gesspiegel**“: Der hat es sich im Agof-Ranking mit 820.000 Unique User (1,9%) vor „Morgenpost.de“ bequem gemacht, das auf 640.000 Unique User (1,5%) kam. Im Zwei-Jahres-Vergleich steht „**tagespiegel.de**“ dagegen nicht so gut da, die Seite liegt derzeit unter dem Niveau von 2008-I. Das soll sich ändern: In Kürze geht die Seite mit einem Relaunch online, sie soll schneller, schlanker und übersichtlicher werden.

Die Angebote aus dem unteren Teil der Agof-Tabelle ähneln sich optisch sehr. „**Merkur-Online**“, „**SZ-Online**“ oder der Bonner „**General-Anzeiger online**“ erscheinen alle aus einem Guss. Ähnlich sieht es bei der Reichweite aus. Es gibt kaum Ausreißer, seit 2008 halten sich die meisten Angebote auf dem gleichen Niveau. Das liegt nicht unbedingt an den Websites selbst – das Leser-Gebiet ist klar begrenzt, Raum für große Zuwächse gibt es selten. Größere Sprünge nach oben machten „**suedkurier.de**“ (2009-IV: 0,30 Mio. Unique User), „**Badische Zeitung Online**“ (0,31 Mio.), „**Ruhrnachrichten.de**“ (0,29 Mio.) oder „**BZ-Berlin.de**“ (0,32 Mio.).

Der Erfolg von „RP Online“ dürfte sich zum Teil schlicht aus der Herkunft ergeben: Nordrhein-Westfalen ist mit 18 Mio. Einwohnern das bevölkerungsstärkste Bundesland. Dafür dass „DerWesten“ die Online-Angebote der Zeitungen aus eben diesem Bundesland bündelt („**WAZ**“, „**NRZ**“, „**WR**“, „**WP**“, „**IKZ**“),

schneidet die Seite schlecht ab. Kein Wunder also, dass die WAZ-Gruppe derzeit an einem Relaunch werkelt. Ange-dacht ist dem Vernehmen nach auch eine Rückkehr zu den einzelnen Zeitungs-Websites und damit die Abschaffung der Dachmarke „DerWesten“. Der Transfer

## AGOF: INTERNET FACTS 2009-IV

### Regionalzeitungen im Netz

		NETTO REICHW. IN MIO.	2009-IV VS. 2009-III IN MIO.	IN %
1	RP Online	1,83	-0,06	-3,17
2	Abendblatt.de	1,25	0,07	5,93
3	Der Westen	1,18	-0,11	-8,53
4	tagespiegel.de	0,82	0,00	0,00
5	Berliner Morgenpost	0,64	-0,07	-9,86
6	Merkur-Online	0,53	0,03	6,00
7	Kölner Stadt-Anzeiger	0,48	-0,01	-2,04
8	Express Online	0,46	-0,10	-17,86
9	Nordbayern.de	0,44	0,01	2,33
10	Stuttgarter Zeitung	0,38	-0,03	-7,32
11	Augsburger Allgemeine	0,36	0,04	12,50
12	BZ-Berlin	0,32	0,03	10,34
13	Badische Zeitung	0,31	0,01	3,33
14	suedkurier.de	0,3	-0,04	-11,76
15	Ruhr Nachrichten.de	0,29	-0,01	-3,33
16	SZ-Online	0,24	0,00	0,00
17	Mainpost.de	0,24	0,00	0,00
18	mopo.de	0,24	0,01	4,35
19	Rhein Main Presse	0,23	-0,02	-8,00
20	Abendzeitung	0,23	-0,01	-4,17
21	Maerkische Allgemeine.de	0,22	-0,01	-4,35
22	Neue Osnabrücker Zeitung	0,22	0,02	10,00
23	tz Online	0,21	-0,03	-12,50
24	Schwäbische Zeitung	0,19	-0,03	-13,64
25	Mitteldeutsche Zeitung	0,19	-0,02	-9,52
26	Westdeutsche Zeitung	0,19	-0,02	-9,52
27	Neue Westfälische Zeitung	0,18	-0,03	-14,29
28	Rhein-Zeitung	0,18	-0,02	-10,00
29	General-Anzeiger	0,17	-0,04	-19,05
30	Leipziger Volkszeitung	0,15	-0,03	-16,67

Quelle: AGOF e. V./internet facts 2009-IV

der starken Zeitungsmarken auf „DerWesten“ hat offensichtlich nicht funktioniert.

Ein Manko von „DerWesten“ ist derzeit ausgerechnet die Rubrik „Lokales“: Klickt man auf das entsprechende Tab, landet man zunächst auf einer Landkarte und muss sich in einer unansehnlichen Link-Liste seine Stadt herausuchen. Auf der Homepage wirkt „DerWesten“ dagegen eher wie eine überregionale News-Seite – die beim Layout große Anleihen bei „**Spiegel Online**“ macht.

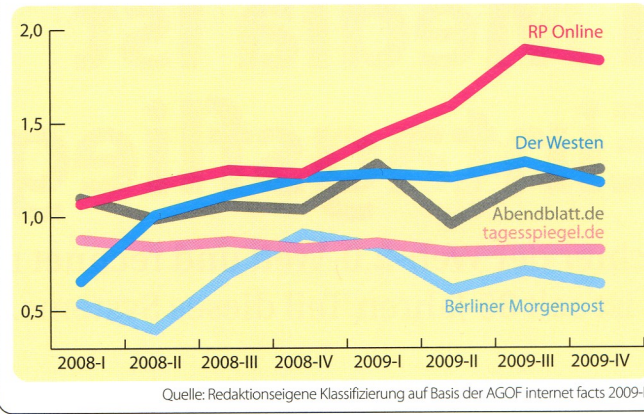
Die „Rheinische Post“ hat im Gegensatz zu vielen anderen Regionalzeitungen eine eigenständige Online-Redaktion. 2009 wurde die Lokalberichterstattung im Internet noch ausgeweitet: Seit November sitzen in den Lokalredaktionen der größten Städte zusätzliche Online-Redakteure, die eigens Inhalte für „RP Online“ produzieren. Manche Regionalzeitungen böten im Internet dagegen eher ein „umfangreicheres

E-Paper“ an, so „RP Online“-Chefredakteur **Rainer Kurlemann**. Die Stärke von „RP Online“ liegt laut Kurlemann in den originären Web-Inhalten.

Die Fußball-Mannschaften im Einzugsgebiet bieten Nutzern einen guten Einstieg. Für Fans von **Fortuna Düsseldorf** und **Borussia Mönchengladbach** hat „RP Online“ sogar kostenpflichtige **iPhone**-Apps entwickelt. Ein Netzwerk

## REGIONALZEITUNGEN IM INTERNET

### Die Top 5 im Zwei-Jahres-Verlauf



von Partnerseiten, darunter auch Fan-Foren, locken zusätzlich Nutzer auf die Webseite. So schafft „RP Online“ eine Verbindung zum Leser. Zudem setzt „RP Online“ bei Überschriften und Schreibstil oft auf Boulevard-Charme, wohingegen die anderen Angebote klar als seriöse Nachrichtenseiten wahrgenommen werden sollen. Auch die Themenwahl auf dem NRW-Portal ist bunter: Hier schaffen es „skurrile“ Fotos von **Carla Bruni** schon mal unter die Top-Themen des Tages. Ein Vorbild für die

Konkurrenz? Eine angeblich geplante Boulevardisierung von „DerWesten“ dementierte die WAZ-Gruppe zwar – die Leser in NRW könnten sie aber durchaus goutieren.

Der Erfolg von „RP Online“ verdeutlicht zumindest eines: Auf Regionalportalen zählen Lokalnews vor hübscher Aufmachung, alles andere bekommt der Leser auch auf „Spiegel Online“. *Nina Kirst*