

Online-Desk – ein Stück Zukunft für die VRM

Redakteure erhalten Überblick, was sie erwartet

In einer Doppelveranstaltung (am 2. Februar in Wiesbaden und am 4. Februar in Mainz) wurden die Redakteure der VRM über den Start des neuen Online-Desks informiert.

In seinem eröffnenden Vortrag erklärte **Hans Georg Schnücker** den Zuhörern die große Bedeutung des Internets für die VRM und die damit verbundenen, dringend nötigen Veränderungen: „Die seit Jahren zu beobachtende schleichende Erosion der Auflagen der Tageszeitungen ist kein Geheimnis. Die sinkenden Reichweiten im Bereich Print müssen durch steigende Online-Reichweiten kompensiert werden. Häuser wie das unsere werden sich auch in Zukunft behaupten können, wenn wir das Richtige richtig tun“, so Schnücker. Dem Online-Desk kommt in dem dazu nötigen organisatorischen Veränderungsprozess eine Vorreiterrolle zu. Das Online-Team soll Kompetenzen und Erfahrungen sammeln und diese an die anderen Desks weitergeben. Dies ist für Schnücker ein weiterer Schritt in die Richtung, alle Desks in die Lage zu versetzen, selbständig crossmedial zu publizieren.

Er appellierte an die Anwesenden: „Verstehen Sie diese Entwicklung als

Chance. Ihr ureigenstes Interesse, die weitestmögliche Verbreitung von Inhalten, wird dadurch unterstützt.“ Er betonte: „Das uns zur Umsetzung zur Verfügung stehende Zeitfenster ist knapp. Deshalb muss eines klar sein: Wenn wir wollen, dass alles so bleibt, wie es ist, müssen wir alles verändern.“

Im Anschluss berichtete Online-Chefredakteur **Lutz Eberhard** von den Herausforderungen, denen sich sein Team in der momentanen Startphase stellen muss. Die Aufgabe des Online-Desks ist die inhaltliche Steuerung der sieben Markenauftritte Allgemeine Zeitung, Wiesbadener Kurier, Wiesbadener Tagblatt, Main Spitze, Wormser Zeitung, Bürstädter Zeitung und Lampertheimer Zeitung. Das Konzept „Zeitung.live“ bedeutet für ihn, dass die Zeitung nicht 1:1 im Internet abgebildet wird, sondern medienspezifische Vorteile genutzt werden sollen. Aktualität zu schaffen steht auf dem Pflichtenheft des Online-Desks deshalb an erster Stelle – getreu dem Motto „Eben gehört. Gleich notiert“. Deshalb ist der Online-Desk von 7 Uhr bis 22 Uhr im Zwei-Schicht-System besetzt und ständig erreichbar.

Der im Internet gelebte offene Redaktionsschluss wird laut Eberhard zu veränderten und neuen Abläufen intern, aber auch im Umgang mit externen Gesprächspartnern führen. „Dabei ist die Kommunikation der Desks untereinander die Zauberformel. Eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung wird bei geplanten und besonders bei ungeplanten Ereignissen entscheidend sein.“ Eberhard sieht die Stärkung der Zeitung als die vordringlichste Aufgabe seiner Mannschaft und bat abschließend ausdrücklich um die Unterstützung vonseiten der Kollegen aus den Print-Redaktionen.

Bernd Koslowski erläuterte danach die strategischen Ziele der VRM im Bereich Online und die Vermarktungschancen, die mit einer Steigerung der Online-Reichweiten einhergehen. Durch die neuen Strukturen sollen die Internetangebote der VRM zu den im Kernverbreitungsgebiet am meisten besuchten Informationsplattformen wachsen. Der Informationsbedarf der Einwohner soll zu jeder Zeit gedeckt werden. Dabei stehen laut Koslowski die starken und etablierten Marken unseres Hauses klar im Vordergrund, da diese einen großen Bekanntheitsgrad haben und sie den Zielgruppen Orientierung bieten. Er er-

klärte, dass die regionale Online-Werbemarktführerschaft im Kernverbreitungsgebiet ausgebaut werden müsse, um „den veränderten Interessen der Werbekunden Rechnung tragen zu können“. Das Vermarktungskonzept basiert weiterhin auf drei Säulen: Die nationale Vermarktung erfolgt über die OMS (Online Marketing Service Gesellschaft), die Vermarktung der Online-Rubriken über Rhein Main Click und die regionale Vermarktung über die VRM selbst.

Daran anknüpfend zeigte **Stefan Reining**, Geschäftsleitung Rhein Main Multimedia, welche Vermarktungsmöglichkeiten bei den Internet-Auftritten der VRM bereits genutzt werden und welche durch den Relaunch neu hinzukommen beziehungsweise perspektivisch denkbar sind. Zudem gab er einen Ausblick auf künftige Wege, Online-Angebote, -Dienste und -Services zu monetarisieren.

Bei einem anschließenden Imbiss boten beide Veranstaltungen die Möglichkeit zu vertiefenden Gesprächen, die viele Zuhörer zum Gedankenaustausch nutzten.

Andreas Rebold

Online-Redaktion: Der Start ist geglückt

Ein erster Erfahrungsbericht unseres Teams

Online kennt keinen Redaktionsschluss. Oder besser gesagt: Es ist eigentlich immer Redaktionsschluss. Für die Mitglieder des neu geschaffenen Online-Desks heißt das mal früh aufstehen, mal spät ins Bett kommen. Von 7 bis mindestens 22 Uhr halten die Onliner auf dem Mainzer Lerchenberg die Stellung, damit auf den sieben neuen Markenauftritten der Verlagsgruppe Rhein Main kein wichtiges Ereignis untergeht.

Nach den ersten Wochen – der „Probetrieb“ startete am 2. Februar, „Hard Launch“ war am 16. Februar – versucht das siebenköpfige Team nun, möglichst schnell effiziente Ar-

beitsabläufe zu etablieren. Neben den vorbereitenden Arbeiten wie dem Verfassen des „VRM-Online-Kompasses“ hilft uns dabei – das haben die ersten Erfahrungen gezeigt – vor allem das große Interesse aller Kollegen und ihre Bereitschaft, den Relaunch mit Leben zu füllen. Die Anlieferung der Inhalte aus den Desks und Redaktionen läuft bereits „wie geschmiert“ – sowohl in Sachen Qualität wie Quantität.

Für den Online-Desk besteht eine der Hauptaufgaben derzeit darin, einen benutzerfreundlichen „Drehrhythmus“ zu etablieren. Heißt konkret: Einerseits müssen die Startseiten der sieben Markenauftritte – Lampertheim und

Bürstadt werden bereits von der dortigen Redaktion gepflegt – regelmäßig aktualisiert werden, um den Nutzern neue Inhalte zu bieten. Andererseits dürfen die Startseiten nicht zu schnell „gedreht“ werden, damit die Nutzer Zeit haben, Artikel anzuklicken. Der Eingang der User-Kommentare, die vom Online-Desk routinemäßig geprüft und publiziert werden, geben erste Hinweise darauf, welche Themen bei den Lesern besonders gut ankommen. Sobald aussagekräftige Statistik-Tools zur Verfügung stehen, kann der Online-Desk hier weitere Erkenntnisse über das Leserverhalten gewinnen und an die Kollegen weitergeben.

Wo Neues entsteht, passieren unweigerlich Fehler. Deshalb verwendet der Online-Desk gerade in der Startphase viel Zeit darauf, Defizite zu dokumentieren und Informationen darüber weiterzugeben – mit dem Ziel, diese schnellstmöglich abzustellen. Aus diesem Grunde ist der Online-Desk allen VRM-Mitarbeitern für Hinweise und Feedback dankbar – entweder per Mail (online@vrm.de) oder per Telefon (59 34). Dort ist (fast) rund um die Uhr ein Kollege erreichbar – denn Online kennt, wie gesagt, keinen Redaktionsschluss.

Ulrich Gerecke

In Wiesbaden und Mainz wurden der neue Look und die Funktionen des Online-Auftrittes der Rhein-Main-Presse-Titel einem großen Kreis von Fach- und Führungskräften vorgestellt. Unser Bild blickt ins Publikum in Mainz.

