

Regionalität und Digitalität sichern die Zukunft

Ein Verlag aus der schwäbischen Provinz ist bereits vor Jahren in die mediale Zukunft aufgebrochen. Das Bekenntnis zur Regionalität und eine hohe Veränderungsbereitschaft von Führung und Mitarbeitern machen es möglich. Der Verlag zeigt, dass Crossmedia kein Privileg großer Konzerne ist. Die Schwaben führen vor, wie ein mittelständischer Verlag ein vielkanaliges Crossmedia-Paket schnürt, das manch „Große“ nicht schultern: mit dem „Mutterprodukt Zeitung“, Special Interest Magazinen, Online, Regio-TV, IPTV...

Joachim Umbach, Schwäbischer Verlag



Zeitungsmacher der Zukunft: Crossmediale Recherche und Produktion

Vom Verlagsort Leutkirch sollte sich niemand täuschen lassen. Die ansonsten in der Allgäustadt übliche Beschaulichkeit hat sich nicht auf den Schwäbischen Verlag übertragen. Im Gegenteil: Schon 2002, als viele Zeitungshäuser noch ohnmächtig auf die einbrechenden Anzeigenumsätze starrten, hat der Schwäbische Verlag den Blick nach vorn gerichtet. „Zeitung mit Zukunft“ hieß damals ein Projekt, das von der Redaktion getrieben und getragen wurde, das aber auch abteilungsübergreifend angelegt war. Aufgabe war es, Vorschläge zu entwickeln, wie Zeitung und Medienhaus zukunftsfähig ausgerichtet werden können.

Im Mittelpunkt stand damals die ‚Schwäbische Zeitung‘, mit rund 190.000 verkauften Exemplaren die größte Abonnementzeitung in Baden-Württemberg. Ergebnis der Projektarbeit war eine weitere, deutliche Regionalisierung. Diese wurde dem Leser durch zusätzliche Seiten deutlich gemacht – zum Beispiel durch die neue Seite 3, die seitdem das Bekenntnis zur Region bereits im Seitenkopf trägt: „Wir im Süden“ – aber auch durch regelmäßig erscheinende regionale Wirtschafts-, Kultur-, Veranstaltungs- und Sportseiten. Die Menschen erfahren jetzt deutlich mehr über ihr direktes Umfeld. Das macht die Qualität einer guten Regionalzeitung aus.

Darüber hinaus bietet die ‚Schwäbische Zeitung‘ ihren Lesern einen qualitativ ansprechenden überregionalen Teil an, der gleichfalls ständig überarbeitet wird. So gibt es beispielsweise seit 2003 eine Meinungsseite oder seit 2006 eine Nachrichtenseite für Kinder.



Mitarbeiter von Regio TV Schwaben sichten das Filmmaterial beim Schnitt im Studio Ulm.

Special Interest Magazine

Unabhängig von der Tageszeitung wurde parallel eine Kette von regionalen Special Interest Magazinen in den Markt gebracht, die über eigene Vertriebskanäle zusätzliche Leserkreise zur Tageszeitung erreichen. So kommen mittlerweile das Gesundheitsmagazin ‚Gesundheit aktiv‘, das Studentenmagazin für Süddeutschland ‚M-e-n-s-a‘ sowie das Wirtschaftsmagazin ‚Business today‘ aus unserem Haus. Zudem erscheinen die Veranstaltungsmagazine ‚Akzent‘ und ‚Stadtkurier‘, der ‚Immosued Bauherrenratgeber‘, das Gourmetmagazin für den Bodensee ‚Seezunge‘ oder auch der ‚Radinsider‘ mit Ausflugszielen für Sport- und Hobbyradfahrer sowie Familien.

Regio TV

So richtig als Medienhaus etablierte sich der Schwäbische Verlag, als er mit Regio TV Stuttgart/Böblingen und Regio TV Euro 3 am Bodensee zwei regionale TV-Sender übernahm und mit Regio TV Schwaben in Ulm einen weiteren aufbaute. Alle drei Sender erfreuen sich mittlerweile im Südwesten hoher Akzeptanz und guter Umsätze.

Ein positiver Nebeneffekt dieser Entwicklung im Bereich der elektronischen Medien ist auch, dass mit den bewegten Bildern aus dem eigenen Haus auch das Online-Portal der ‚Schwäbische Zeitung‘ aufgewertet wurde. Das Medienhaus Schwäbischer Verlag bietet heute mit www.szon.de eine professionell redaktionell und technisch gestaltete Plattform an.

Unsere Aufstellung ermöglicht es, regionale Nachrichten über verschiedene Kanäle und Vertriebswege an unsere Kunden weiterzuleiten. Crossmedial ist bei uns nicht nur ein Schlagwort, crossmedial wird bei uns mehr und mehr gelebt. Das Zusammenführen der Medien soll im Jahr 2010 vorläufig vollendet werden, wenn

das Medienhaus von Leutkirch in einen Neubau nach Ravensburg umziehen wird. Hier werden die räumlichen Voraussetzungen dazukommen, um multimedial agieren zu können – in allen Bereichen – in der Redaktion, aber auch in den marktorientierten Abteilungen.

Video Text und IPTV

Doch dieser Termin wird für das Medienhaus Schwäbischer Verlag kein Endpunkt sein: Die permanente Innovation ist zum Unternehmensprinzip geworden. Jüngstes Beispiel: Auf der CeBIT 2008 präsentierte das Medienhaus Schwäbischer Verlag zusammen mit der Telekom und Alcatel-Lucent das Fernsehportal „SZ News“, eine Mischung aus Videotext und Internetfernsehen. Der Clou dieser Neuheit ist, dass man keinen Computer dazu braucht, sondern alles bequem



Das Medienhaus Schwäbischer Verlag publiziert ein umfangreiches Portfolio an Special Interest Magazinen.

vom Sofa aus mit der TV-Fernbedienung bedienen kann. Wie bei allen Produkten des Schwäbischen Verlages spielt auch hier die regionale Ausrichtung wieder eine große Rolle.

Als „Zeitung mit Zukunft“ sind wir zu Beginn des neuen Jahrtausends angetreten. Gegen Ende der ersten Dekade präsentieren wir uns bereits als „Medienhaus mit Zukunft“.

Joachim Umbach



ist als Mediendirektor des Schwäbischen Verlag, Leutkirch, für die publizistischen Belange aller Medien des Hauses und speziell für deren Vernetzung zuständig. Zuvor war er Chefredakteur

der ‚Schwäbische Zeitung‘.

✉ j.umbach@schwaebische-zeitung.de