

AM SONNTAG

Weil sie gekonnt zwischen digitalem und analogem Journalismus pendelt, erntet die App der *Rheinischen Post* Lob und Preise. Die App-Redaktion hat es geschafft, ihre Regionalzeitung in ein Sonntagsmagazin zu verwandeln. Das ist jetzt ein Jahr her. Ein Besuch bei *RP Plus* in Düsseldorf.

von Jan Freitag (Text) und Jürgen Schulzki (Fotos)



Mehr als ein Abklatsch
*RP Plus ist die älteste digitale Sonntagzeitung im Land,
die mehr macht, als ihr Mutterblatt zu kopieren.*

Bilder (4) – Jürgen Schulzki

Keine Chips-Tüten, das ist der erste Eindruck. Keine Cola-Dosen ein zweiter. Und wieso läuft eigentlich nirgends Musik? Warum ist es so hell hier, so – normal? Wo ist es hin, jenes kreative Chaos, das Außenstehende noch heute erwarten, wenn junge Leute unsere Rechner mit Daten füllen? Ganz einfach: Es existiert nicht, nicht hier.

Die älteste rein digitale Sonntagszeitung im Land – diesen Monat feiert sie ihren ersten Geburtstag – entsteht nicht im Durcheinander abgetauchter Nerds, sondern im Ambiente der *Rheinischen Post*, diesem trutzigen Zweckbau der alten Medien, dritter Stock, gleich neben dem Feuilleton. Knapp ein Dutzend Autoren, Layouter, Fotografen, Bildbearbeiter – nicht selten in Personalunion – sitzen vier Tage vor der 46. Ausgabe still beieinander. Versunken in eine Arbeit, von der nicht viel mehr ablenkt als zwei Auszeichnungen der Zeitungsbranche neben dem Fernseher. Der Fernseher ist aus. Auf dem Schreibtisch daneben liegt keine *c't*, sondern nur die Mitarbeiterzeitschrift des Verlags im Düsseldorfer Gewerbegebiet. Seltsam das alles, aber so steht es geschrieben. Jedes Wochenende, wenn man so will, auf dem iPad.

Tablet-Versionen von Zeitungen und Zeitschriften gibt es mittlerweile viele zwischen Nordseestrand und Alpenrand; welche Illustrierte, welches Wochenblatt, welche Regionalzeitung auch nur gemächlich mit der Zeit gehen will, bereitet die eigenen Inhalte für die flachen Touchscreens auf, vornehmlich für jene mit Apfel auf dem Rücken. Doch von der *Süddeutschen* bis zum lokalen Anzeiger, vom *Spiegel* bis zur *Zeit* – niemand geht diesen Schritt bislang so konsequent wie die *Rheinische Post. RP Plus* ist mehr als ein Abklatsch seiner Mutterzeitung. Vielleicht wirkt die Arbeit bei *RP Plus* ja deshalb so konsequent journalistisch, fast wie gewöhnliches Zeitungsmachen, nur magaziniger, neuer, technischer, digital eben.

Vor eineinhalb Jahren, erinnert sich Carsten Fiedler, hat sein Verlag beschlossen, „was Innovativeres als E-Paper und Online-Auftritt auf den Markt zu werfen“: eine genuine Zeitungs-App. Im Sommer 2010 traf sich der leitende Redakteur mit einer Handvoll Wegbereiter der digitalen Zukunft an sehr analoger Stelle: auf einem Bauernhof nahe der Landeshauptstadt. Während nebenan Kühe grasten, tüftelte Fiedler mit Chefredakteur Sven Gösmann, seiner Onlinekollegin Franziska Bluhm und Projektmanager Sebastian Brinkmann an zwei Tagen eine Zeitungs-App aus, die diesen Namen auch verdient.

RP Plus ist ein eigenständiges Angebot mit eigenen Texten, Features, Ideen, einer eigenen Sprache. Nicht los-

gelöst vom Kerngeschäft, räumt Fiedler ein, aber „jünger, frecher, auch mal satirisch“. Angebunden ans Verlagsprogramm, im Austausch mit allen Ressorts, als Ergänzung digitaler und analoger Angebote, „doch mit eigener Kompetenz“. Die multimedial aufgepeppten Berichte, Reportagen, Gespräche mögen das gedruckte Geschehen der Woche aufgreifen; Resteverwertungen, gar Textdoppelungen, gebe es nicht. Alles sei exklusiv, gefertigt im hauseigenen Start-up, von hauptamtlichen App-Redakteuren, meist unter 30, gern in Turnschuhen, eher juvenil als schluffig.

So wie Sven Grest. Als produzierender Autor ist er zuständig für News, Reportagen, „die Tiefe“, so nennt er es. Und auch wie Martin Ferl, als Gründungsmitglied zuständig für Illustration, Grafiken, „die Oberfläche“, wenn man so will. Wie Ronny Hendrichs, als Fotograf zuständig für normale Bilder und 360-Grad-Panoramen, „die Plastizität im Zweidimensionalen“ gewissermaßen. Vor allem aber sind sie alle – Videoexperten, Texter, Layouter, darunter zwei Frauen – zuständig für: Journalismus. Das hat Sogwirkung.

Wie eine Rückkehr zu den Wurzeln

„Bei mir rufen ständig Redakteure an, um Themen anzubieten“, erzählt Martin Bewerunge. Der Chef vom Dienst ist das Bindeglied zwischen Online, Print und App. Er weiß, dass sich Reporter, die im Blatt 80 Zeilen kriegen, nach Raum für 7.000 Zeichen sehnen. Nach Fläche für Randaspekte, Gedanken. Das sei wie eine Rückkehr zu den Wurzeln unseres Jobs, sagt der CvD. „Trotz unbezahlter Mehrarbeit.“

Die würde auch Philipp Holstein investieren. Auf dem Weg in die Kantine klagt der Redakteur den Applern sein Leid: Zwei Spalten durfte er übers gestrige Rammstein-Konzert schreiben, 70 Zeilen über ein Doktorarbeitsthema! „Dafür bräuchte man locker eine halbe Seite.“ Bei *RP Plus* kann er die gern haben. So wie Holsteins Kollegin, die ein Interviewangebot mit Maria Furtwängler durch die Tür ruft. So wie der Berliner Korrespondent, der jeden Mittwoch mindestens zwei Themen anbietet. So wie alle, die sich mal richtig auslassen wollen, Samstagnachmittag, wenn *RP Plus* die iPads in NRW und jene so mancher Exil-Rheinländer erreicht, Punkt 14 Uhr, eigentlich zu früh für eine Sonntagszeitung. Als könnten es die Macher kaum erwarten.

Ein Eindruck, den Marcel Mellor und Carsten Fiedler unterfüttern. Der junge Mobile-Manager und sein jung gebliebener Redaktionsleiter stehen mit allen Sinnen hinter *RP Plus*. Beide wirken organisch verbunden mit ihren Tablets, so vergnügt sie bei allem professionellen Ernst



damit hantieren. Leidenschaftlich preist der kreative Kopf den Inhalt, begeistert erklärt sein Helfer dessen technische Basis. Rein optisch mögen die einzigen Anzugträger im Team das rationale Moment im Multichannel-Marketing repräsentieren; ihre Hingabe kommt direkt aus dem Bauch. „Für diese Animation hat der Grafiker zwei Tage gebraucht“, schwärmt Fiedler über eine Weltkarte, die den Klimawandel bis 2100 veranschaulicht. „Die Brillanz der Bilder ist ein Tribut ans Gerät“, fügt Mellor hinzu. Und wie wenig es ruckele, wenn der Finger navigiert. Mit diesen Gesinnungstätern wird jede Reise durchs Archiv zur Fahrt ins Grüne.

Ein Rundflug durch ein Jahr App-Geschichte

Im Stakkato rufen sie verspielt illustrierte Titelblätter auf, feiern zwei Monate nach dem Schwerpunkt den Einzug der Piratenpartei ins Berliner Abgeordnetenhaus nach, trauern um den iPad-Vater, gehen zurück zur Wikileaks-Debatte, scheinen erst bei diesem Rundflug richtig zu merken, wie digital nicht nur das Medium, sondern bisweilen auch dessen Dramaturgie gerät, starten als Antithese einen dreidimensionalen Schwenk durch den Xantener Dom, einen Hochofen, nostalgische Orte, kehren einige Ausgaben später doch wieder in die computerisierte Gegenwart zurück, die mit den „100 besten digitalen Geschenktipp“ aufmacht – landen also da, wo es losging. Carsten Fiedler muss selbst lachen: irgendwo zwischen Google und Facebook, Unterhaltungselektronik und virtuellen Wolken.

Denn *RP Plus* mag sich als interaktiver Mix aus harter Nachrichtenlage und weichem Lifestyle sehen, ergänzt um elektronische Gadgets und interaktive Reklame, bei der man schon mal den Punkt der Sparkasse aufs Logo ruckeln darf – das Mitmachnetz prägt die App für 1,59 Euro pro Ausgabe auch dramaturgisch. In einer Befragung haben

800 Leser ihr Faible für Artikel aus der Netzwelt geäußert. „Dem tragen wir Rechnung“, so Fiedler. Rechnungstragen – noch so ein altes Wort im Umfeld von New Media.

Noch gibt es *RP Plus* nur fürs iPad. Wenn es allerdings etwa durchs Amazon- oder Aldi-Tablet echte Konkurrenz erhält, „würde das den Markt beleben“, hofft Marcel Mellor. Bis dahin füge man sich halt den Apple-Regeln. Resigniert klingt es dennoch nicht, wenn Carsten Fiedler einräumt, die Dinge nun mal so zu erzählen, „wie es die technischen Möglichkeiten des Tablets zulassen, nicht die Formenlehre des Journalismus“. Ähnliche Apps mögen auch mit Betriebssystemen wie Android laufen; dafür sei sein Produkt näher am Onlinekonzept, mit scrollbaren Artikeln statt einzelnen Seiten, mehr Freiheiten bei der Gestaltung und der üblichen Freude am Bedienen. Denn, sagt Fiedler, am Ende sei doch jedes Tablet: „Ein Spaßgerät“.

Steht *RP Plus* der *Wired* näher als der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung*? Nein, betont Marcel Mellor, der sich Digital Native nennt: „Die sind verspielter, nerdiger.“ Irgendwie behält doch das traditionelle Geschäft im neuen Business die Oberhand, dessen Macher eher *Nutzer* sagen als *User* und *Schrägstrich* statt *Slash*. Mellor, gerade mal 24, lobt die „ausgeruhte Endlichkeit unserer App“, der Aktualisierungen, Bundesligaberichte etwa, nur die Ruhe nähmen. Und wenn Fiedler, gerade mal 18 Jahre älter, von „entspannten Lesesituationen“ schwärmt, muss man kurz hinhören, ob da was raschelt in seiner Hand. Nichts.

Im Gegensatz zum Mutterschiff. Auch die Verkaufszahlen sind kein Vergleich zu den täglich 342.923 Exemplaren aus Papier. 5.000 Downloads die Woche waren es zur Einführungsphase, als *RP Plus* noch kostenlos war – aktuelle Zahlen nennt man dem *journalist* nicht. Renditeziele gebe es keine, sagt Carsten Fiedler. Nicht mal Erwartun-



Das Tablet als „Spaßgerät“

Carsten Fiedler (l.) und Marcel Mellor (r.), der Redaktionsleiter und sein Mobile-Manager – „Wenn so ein Projekt im ersten Jahr rentabel sein soll, macht man's besser nicht.“

gen. „Wenn so ein Projekt im ersten Jahr rentabel sein soll“, betont er, „macht man's besser nicht“. Sein Arbeitgeber macht es trotzdem: fürs Image, zur Steigerung der Digital-Kompetenz, als Portfolioerweiterung, vor allem jedoch für neue Zielgruppen unterhalb der überalterten Print-Klientel, um die 40, aber tendenziell jünger. Ulrich Neufert würde sagen: elitärer. Und das meint er gar nicht böse.

„Ein Hybrid aus Antrieb und Hilfsmotoren“

Als Chefredakteur eines Ressorts mit dem galaktischen Namen „Digitale Welten“ ist Neufert dem Mitbewerber aus Düsseldorf äußerst wohlgesonnen. Seit Oktober erscheint seine App *Sonntag* bei der Mediengruppe Madsack in Hannover auch mit Texten von *RP Plus*. Es ist ein gelungenes Beispiel von Cross Media Publishing, eine Art Joint Venture rivalisierender Unternehmen. Doch die Nutzer der Düsseldorfer Version, so Neufert, entstammten ja eher einer Art „Info-Elite“ mit – er meint das nicht despektierlich – „Kohle“.

Da sei sein Ansatz breiter. Wie das rheinische Vorbild nutze man für *so.*, wie das Kürzel der App lautet, neben eigenen Leuten auch die Redakteure im Haus. Nur dass es in dem Konzern weit mehr als ein Haus gibt: 15 Madsack-Blätter liefern vor allem überregionale Artikel zu, mehrheitlich exklusiv, ansonsten immerhin exklusiv aufbereitet – so erklärt Neufert das „Hybrid mit journalistischem Kern als Antrieb und Hilfsmotoren an den Achsen“, vulgo: Grafik, Optik, Spielerei. Doch anders als *RP Plus* soll das Ganze gar kein Geld bringen, was bei 1.000 Downloads die Woche in Kombination mit anderen Apps und E-Paper-Ausgaben auch in weiter Ferne ist. Nein, die App will mehr, viel mehr: Helfen nämlich, Tablets als Massenmedium durchzusetzen. Sein Produkt, sagt Neufert, ist da bloß Türöffner. Damit das Tablet zum neuen Handy wird, verkauft

Madsack seine App also im Paket, das für Print-Abonnenten für rund 50 Euro im Monat neben Flatrates und Service die Hardware plus Bedienungsschulung enthält.

Die Hardware als Dreingabe zum zweijährigen App-Abo bieten von *Bild* bis *Frankfurter Rundschau* auch andere, doch die Hannoveraner haben dafür mitten in der City ein Geschäft, den Media Store, eröffnet. Mit viel Design, echter Eingangstür und lebenden Beratern. Die Kombination aus Haptik und Technik nennt Madsack-Chef Herbert Flecken so „sexy“, dass es „für alle Altersgruppen spannend ist“. Print-Abonnenten inbegriffen, die 50 Prozent der Kundschaft stellen sollen.

Dieser „geschlossene Nutzerkreis“, wie sich Ulrich Neufert seine Kundschaft vorstellt, macht Zeitungs-Apps zum Feldversuch. Er spricht von „Laborphase“, *RP*-Kollege Fiedler vom „Lernprozess“. Die *Hannoversche Allgemeine* startet demnächst eine tägliche App. Die *FAS* steckt seit Wochen im Probelauf. Auch DuMont Schauberg denkt über ein Sonntagsmagazin nach, wie es aus dem Verlag heißt. *RP Plus* und *so.* gibt es wohl bald nicht nur als App, sondern auch als ebenfalls kostenpflichtige Version für den Browser. Der digitale Journalismus gerät in Bewegung, seit einer seiner Pioniere am 29. Januar 2011 aufs Tablet gegangen ist und zum Eurovision Song Contest erstmals Geld dafür nahm. Es gab viel zu sehen, zu bewegen, zu spielen. Bildstrecken, Grafiken, alle Infos über Lena und natürlich den 360-Grad-Schwenk durch die Halle. Carsten Fiedler schwenkt und grinst und sagt aufs Neue: „Ein Spaßgerät.“ Es soll sein Metier in die Zukunft führen.

Jan Freitag arbeitet als freier Journalist in Hamburg,
Jürgen Schulzki als Fotograf in Köln. ■