

Sonderthemen?

Ein Fall für Rheinland Presse

Das Erfolgsrezept verrät Geschäftsführer José Macias gern: „Wir arbeiten strikt marktorientiert, effektiv und äußerst flexibel. Und: Wir verbinden journalistische Kompetenz mit viel Gefühl für das, was sich Kunden wünschen.“ Macias und sein Team der Rheinland Presse Service GmbH (RPS) bearbeiten die Sonderthemen der Rheinischen Post, also werbliche und Servicethemen. Im Rheinland hat sich RPS als gefragter Anbieter für Zeitungspublikationen, Magazine, crossmediale Specials und Advertorials für Print und Online eine nahezu einzigartige Stellung erarbeitet. Dieses Gesamtpaket hat mittlerweile bei anderen Regional- und Großverlagen in Deutschland für Aufmerksamkeit gesorgt. Besonders bei Finanzthemen haben sich RPS und Rheinische Post eine führende Position unter den regionalen Zeitungen erarbeitet: „Wir konkurrieren hier mit überregionalen Titeln wie FAZ, Financial Times und Handelsblatt.“

Neue Formate

Für die Rheinische Post kümmert sich RPS in Zusammenarbeit mit Anzeigenabteilung und Verlagsproduktion um jährlich bis zu 4000 Sonderthemen unter anderem aus den Bereichen Wirtschaft und Finanzen, (Aus-)Bildung, Immobilien, Auto, Reise, Freizeit, Gesundheit und Lokales. „Unser Ziel war und ist es, Sonderveröffentlichungen in besserer Qualität und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten – über das Maß hinaus, das klassische Beilagenredaktionen leisten. Formate und Themen wie ‚Edel‘, ‚Regionale Wirtschaft‘ und Super-Panoramaseiten haben wir in enger Kooperation mit dem Verlag entwickelt“, erklärt José Macias.

Die Magazine des NDV Magazin Verlages, Tochterfirma der Rheinische Post Mediengruppe, bilden ein weiteres Standbein. RPS kümmert sich zum Beispiel um die Redaktion der fünf „Überblick“-Hefte, des Magazins „meinRheinland“ und des Gesundheitsmagazins „Woln“. „Hier sind wir stark gewachsen und wollen diese Entwicklung weiter fortsetzen“, sagt José Macias. Zum Bei-



Das Redaktionsteam der Rheinland Presse Service GmbH (2. von rechts Geschäftsführer José Macias) zeigt einige seiner Produkte.

Rheinland Presse Service kümmert sich seit sechs Jahren um die Beilagen der Rheinischen Post. Im Rheinland hat sich der Dienstleister eine nahezu einzigartige Stellung erarbeitet und so die Aufmerksamkeit anderer Verlage geweckt.

spiel wird derzeit eine Redaktion für das neue Magazin „Mallorca im Überblick“ auf der Insel gegründet. „Es fängt gerade erst an, interessant zu werden“, kündigt José Macias an. „Crossmedia zum Beispiel wird in Zukunft eine noch größere Rolle spielen.“ RPS ist eine eigenständige Firma und betreut neben der Rheinischen Post und dem NDV Magazin Verlag Kunden wie den Flughafen Weeze, Deutschlands größte regionale Tageszeitungskombi ACN, den Beauty-Verlag, die Provinzial, FedEx und die Medienagentur Weiss Intermedia.

Gute Kundenarbeit

Zwei Kunden, für die RPS von Beginn an arbeitet, sind neben der Rheinische Post Mediengruppe die Anzeigen-Cooperation Nordrhein, die zehn regionale

Tageszeitungen im Rheinland kombiniert vermarktet, und der Airport Weeze, für den RPS das Kundenmagazin „Airmail“ mit einer Auflage von 800.000 Exemplaren produziert.

Die Basis für eine gute Kundenarbeit bilden 23 ausgebildete Redakteure – anfangs waren es sechs – im Teekannehaus gegenüber dem Verlagshochhaus in Heerdt und in fünf Redaktionen am Niederrhein und im Bergischen Land. Unterstützt werden sie von rund 300 freien Journalisten, Fotografen und Grafikern. José Macias: „Wir bieten eine große Bandbreite von Advertorials, Kundenmagazinen bis hin zu klassischen journalistischen Formaten. Diese Kompetenz und Vielfalt ist unsere Stärke und genau das, was uns von den meisten Agenturen unterscheidet.“ Sabrina Tilgner