



RP-Redakteure Jürgen Loosen (li.) und Matthias Grass (re.) erklären Lesern die neue Blattstruktur.

Foto: Gottfried Evers

Mit dem Projekt Blattstruktur bekommen die Lokalausgaben unserer Zeitung ein neues Gesicht. Die Seiten werden strukturierter und orientieren sich stärker am Leser.

Mit der RP ganz nah dran

Der Name ist Programm: „Ganz nah dran“ heißt das Konzept, nach dem die Lokalausgaben der Rheinischen Post auf den Prüfstand gestellt werden: Wie hat sich die Auflage in den jeweiligen Städten in den vergangenen Jahren entwickelt? Wie sieht die Konkurrenzsituation aus? Sind wir dort Marktführer oder eher eine Nischenzeitung? Und was sagt die Haushalts- und Kaufkraftanalyse über diese Stadt aus? Wo sind unsere Chancen – und wie muss die Lokalausgabe aufgestellt werden, um sie zu nutzen? Die Rheinische Post „erfindet“ ihre Lokalausgaben neu. Mit dem bereichsübergreifend angelegten Projekt „Blattstruktur“ wird Ausgabe für Ausgabe erfasst und marktorientiert neu aufgestellt. Dabei hat die Projektgruppe unter Leitung von Horst Thoren Modelle entwickelt, die die Arbeit der regional Verantwortlichen erleichtern.

„In einigen ländlichen Regionen waren unsere Lokalteile manchmal kleine Regionalzeitungen: Zum Gebiet Geldern gehörten beispielsweise drei Städte, vier Gemeinden und 30 Ortschaften. Da ist man von vielen Themen und Lesern ganz weit weg statt ganz nah dran“, erklärt Ulli Tückmantel den Hintergrund. Er ist Leiter der dortigen Lokalredaktion und hat das neue Konzept mitentwickelt.

Für die Weiterentwicklung der Blattstruktur gelten zusätzliche Relevanzkriterien, nach denen die Themen der Lokalteile aufbereitet werden: ganz wichtig, ganz nah dran, ganz aktuell,

ganz menschlich und ganz nützlich – so soll die Zeitung sein. Und stärker die Leitstädte berücksichtigen, die für die Menschen einer Region in Bezug auf Arbeit, Schulen, Einkauf und Freizeit eine besondere Bedeutung haben.

Für die Ausgabe Kleve bedeutete das beispielsweise in der Praxis: Sie wurde auf den Einstiegsseiten in die Teilausgaben Kleve und Goch aufgesplittet. Die Leser in beiden Leitstädten bekommen nun eine eigene Lokalausgabe mit mehr Platz für die tatsächlich lokal relevanten Themen – aber ohne den Bezug zur wichtigsten Nachbarstadt zu verlieren.

Da der Aufbau der Ausgaben modular ist, kann ein Teil des Nachrichtensmaterials für die jeweilige Nachbarausgabe in neuer Sortierung verwendet werden. „Das Ergebnis ist: Wir steigen tiefer in die Stadtteile und Dörfer ein, dort wo das Leben tatsächlich spielt. Die Botschaft ist klar: Willkommen daheim. Gleichzeitig stellt die Zeitung aber die großen räumlichen und inhaltlichen Bezüge dar. Wir werden lokaler, ohne ins Provinzielle abzugleiten“, erläutert Ulli Tückmantel.

Der Heimatreporter

Aus den früher drei Lokalausgaben im Kreis Kleve sind so fünf geworden. Mit der neuen Struktur wurden auch neue Elemente im Lokalteil eingeführt. Einige davon zielen explizit darauf ab, Neubürger und Neuleser anzusprechen und ihnen den Zugang zum Blatt zu eröffnen.

„Das erfolgreichste neue Element ist die Rubrik „Heimatreporter“, die es aktiven Lesern ermöglicht, ihre eigenen Themen ins Blatt zu bringen. Natürlich hat uns auch vorher schon der Kirchenchor ein Bild von seiner Rom-Fahrt geschickt oder der Kindergarten von seinem Sommerfest. Erstmals sagen wir den Lesern nun aber offensiv, dass uns ihre Inhalte willkommen sind.“

Am Niederrhein können Leser nun auch schneller auf Geschichten in der Zeitung reagieren. Die „Frage des Tages“ ist ein crossmediales Element, bei dem Leser auf RP Online über ein aktuelles Thema abstimmen – und das Ergebnis steht am nächsten Tag in der Zeitung. Schwerpunkt-Seiten zu einzelnen Themen sind nun viel strukturierter und funktionieren wie „Reiseführer“. Nach den Ausgaben im Kreis Kleve wurden inzwischen auch die Lokalausgaben Duisburg, Mönchengladbach, Krefeld, Erkelenz sowie die Kreise Wesel und Viersen auf das „Ganz nah dran“-Konzept umgestellt. Ulli Tückmantel: „Übertragbar sind die Herangehensweise und das Leitstadtkonzept. Allerdings sind sie nicht aus der Schublade übertragbar, sondern müssen für jeden Markt neu und individuell aufgestellt werden. Ein Seitenkonzept für den ländlichen Raum wird in einer Großstadt scheitern und umgekehrt. Was für die Großstadt Mönchengladbach gilt, gilt noch lange nicht für Duisburg. Immer gleich sind nur die Fragen, die wir stellen, aber nie die Antworten.“