

Spannender Prozess

→ **INTERVIEW** mit NGZ-Verlagsleiter **Stefan Rinnensland** zur Zukunft der Zeitung: Zeitungsmachen ist niemals Stillstand sondern ein permanenter, spannender Prozess

Wie wichtig ist die Optik für eine Tageszeitung?

Stefan Rinnensland Unser Werbeclaim „Der Inhalt zählt“ gewichtet eindeutig. Allerdings wird der beste Inhalt zum Ladenhüter, wenn er sich beim Kunden nicht durch einen attraktiven Auftritt anbietet. So kommt dem Zeitungsdesign eine bedeutende Rolle zu: Es führt den Leser durch die Nachrichtenfülle, damit er die für ihn wichtigen Informationen zielsicher findet. Das Design muss den Inhalt betonen, zugleich neugierig machen und eine gute Lesbarkeit garantieren.

Sie wollen mit dem neuen Outfit also Ihre Abonnenten noch besser bedienen und neue Leser gewinnen?

Rinnensland Die vielen treuen Abonnenten sind unser großes Kapital. Sie genießen höchste Priorität. Rund 95 Prozent unserer Auflage von 53 000 Exemplaren werden im so genannten Abo gehalten; der Rest wird im Einzelverkauf, also am Büdchen, im Supermarkt, an der Tankstelle oder in der Buchhandlung vertrieben. Wir sagen nicht nur, dass wir das Ohr beim Leser haben. Wir handeln auch danach. Aus wissenschaftlichen Erhebungen angesehener Meinungsforschungsinstitute wissen wir, dass der Leser eine bessere Ordnung im Blatt wünscht, dass er eine klare Struktur erwartet, um sich nicht mühsam zur Börsentabelle oder zum Spielbericht der Fußball-EM durchkämpfen zu müssen. Auf diese Anforderungen geben wir mit der NGZ im neuen Gewand starke Antworten.

Sind Ihre Antworten so überzeugend, dass Sie damit auch neue Leser gewinnen werden?

Rinnensland Das ist unser Ziel. Wie bundesweit nahezu alle Zeitungen, so muss auch die NGZ um eine stabile Auflage kämpfen. Dies ist in einem Erscheinungsgebiet wie dem Rhein-Kreis Neuss mit momentan noch wachsenden Einwohnerzahlen auch möglich, wenn gleich der nicht deutschsprachige Anteil in der Bevölkerung gewaltig groß ist. So leben 53 500 Ausländer allein im Rhein-Kreis Neuss, der 456 000 Einwohner hat.

Wir werden aber nicht nur auf den neuen Auftritt vertrauen, sondern auch unsere Marketing-Instrumente verbessern, um uns im Markt noch besser zu positionieren.

Wie sehen solche Werkzeuge aus?

Rinnensland Schon heute erhalten wir einen beachtlichen Teil der Probelese-Anforderungen über NGZ-Online. Auch dort wollen wir stärker und besser werden, damit unsere Leser und auch Anzeigenkunden noch schneller und unkomplizierter mit uns in Kontakt und ins Geschäft kommen können. Unser Ziel ist es, dass wir 24 Stunden an sieben Tagen in der Woche für unsere Partner da sind.

A propos Online. Längst ist das Pressehaus an der Moselstraße das Domizil für eine Vielzahl von Print- und elektronischen Medien. Warum diese breite Angebotspalette?

Rinnensland Gerade mit dem neuen Auftritt betonen wir den Premium-Charakter unserer Neuß-Grevenbroicher Zeitung. Unsere Anzeigenblätter, unser Online-Angebot und der Hörfunk sind so breit aufgestellt, dass wir möglichst alle Zielgruppen erreichen und möglichst alle Märkte erschließen.

Welchen Nutzen hat der Leser, der Hörer, der User davon?

Rinnensland Die Menschen können wählen, wie sie sich informieren wollen und unterschiedlichste Quellen nutzen. Radio NE-WS 89.4 bietet kurz und knapp aktuelle Nachrichten und ist unterhaltsam zugleich, das Internet ist schnell, interaktiv und als Recherche-Instrument attraktiv, unter den Anzeigenblättern sieht sich der Lokal-Anzeiger als Partner der Vereine, berichtet also rund um den Kirch-

turm, während die Kuriere in boulevardesker Form schnell auf den Punkt kommen und auch Klatsch in seiner positiven Variante bieten. Doch im Zentrum unserer Medienfamilie steht unser Premiumprodukt, die NGZ, die umfassend berichtet, pointiert kommentiert, Hintergründe ausleuchtet und Zusammenhänge erklärt. Sie bietet die Orientierung in der Region.

Welchen Nutzen hat der Anzeigenkunde davon?

Rinnensland Der Kunde, der die unterschiedlichen Medien klug verknüpft, profitiert eindeutig. Er verlängert die Reichweite seiner Werbebotschaft, spart Geld und erzielt eine optimale Aufmerksamkeit.

Und wie findet sich der Kunde in dieser

breiten Angebotspalette zurecht?

Rinnensland Unsere Anzeigenberater werden immer mehr zu Medienberatern werden, die intensiv und individuell auf die Belange der Kunden eingehen. Unser Ziel ist der Kunde, der zufrieden ist, weil er mit seiner Anzeige Erfolg hat und dafür bezahlt. Wir spielen nicht auf den schnellen Euro im Anzeigengeschäft.

Werbeerfolg ist nicht immer leicht zu messen, insbesondere nicht bei Imagewerbung.

Rinnensland Wer sich mit Kommunikation beschäftigt, der weiß, dass letztlich nur Kontinuität Erfolg bringt. Die NGZ mit ihrer hohen Glaubwürdigkeit ist dabei der ideale Werbeträger. Wir tragen diesen Kundenwünschen Rechnung und konzipieren Themenbeilagen, die im Markt überdurchschnittlich gut ankommen. Spitzenprodukte sind zum Beispiel unsere Wirtschaftsbeilagen, die zweimal im Jahr erscheinen, aber auch die Gesundheitsbeilage, die mit vielen prak-

tischen Tipps und konkreten Hinweisen bei unseren Lesern ein Renner ist.

Wir wissen, dass sich Lesegewohnheiten verändern. Wie reagieren Sie darauf im Anzeigenbereich?

Rinnensland Ein guter Teil der Gesellschaft, nämlich die junge Generation, nimmt sich weniger Zeit für eine Informationsaufnahme. Es wird gezappt, gesimst oder gesurft. Eine Internet-Seite steht durchschnittlich nur zehn Sekunden auf dem Bildschirm. Es geht alles schneller, die Nachrichten werden komprimierter. Auch darauf antwortet das neue NGZ-Layout. Die Berichterstattung wird nicht verkürzt, sondern sie bietet neben Überschrift und Bild dem Leser weitere Einstiegs-Chancen. Zum Beispiel durch zusätzliche Info- und Personal-Kästen oder Zwischenüberschriften. Auch im Anzeigenbereich gehen wir neue Wege und werden dort auch noch weitere innovative Neuerungen erarbeiten. Shadow-Anzeigen, dabei liegt das Motiv unter dem redaktionellen Teil, sind heute schon ebenso möglich wie Treppen- und Flexformen, bei denen die Anzeige nicht mehr rechteckig, sondern freigestellt daherkommt. Auch Präsentationswerbung, im Fernsehen längst üblich, wird an Bedeutung gewinnen. Wir haben beim NGZ-Sportsonntag in Dormagen und beim Sport-Wegweiser schon beispielhafte Einstiege geliefert. Aber auch im Internet bauen wir neue Werbeangebote auf. Online sind Banner schon Standard, aber die elektronische Prospektbeilage ist heute nicht nur schon machbar, sondern eröffnet dem Kunden neue Perspektiven.

Mit welchem Gefühl nehmen Sie die NGZ-Ausgabe vom 19. Juni 2004 in die Hand?

Rinnensland Ich freue mich auf die erste Ausgabe im neuen Gewand, denn ich bin von der Qualität überzeugt. Ich freue mich auf das Echo aus Leser- und Kundschaft, auf Lob, konstruktive Kritik und Anregungen. Zeitungsmachen ist kein Zustand, sondern ein ständiger Prozess - Faszination Zeitung eben.



Versteht Weg in die Zukunft als Herausforderung: Stefan Rinnensland.