DELMENHORSTER KREISBLATT/NÜRNBERGER AZ
Nach Maß statt von der Stange

Zwei kleinere Tageszeitungen haben im vergangenen Jahr den zugelieferten gegen einen selbst produzierten Mantel getauscht. Was ist daraus geworden?

Chefredakteur Ralf Freitag hat 2011 das „Delmenhorster Kreisblatt" umgemodelt

Brüssel liegt manchmal ganz nah bei Delmenhorst: Seit Juli 2011 verknüpft das „**Delmenhorster Kreisblatt**" (verkaufte Auflage: knapp 18.000 Exemplare) lokale und überregionale Berichterstattung auf ungewohnte Art und Weise. Die niedersächsische Lokalzeitung beendete damals die Zusammenarbeit mit dem „**Weser-Kurier**", Bremen, von dem sie bis dato den Mantelteil bezogen hatte, und baute einen eigenen lokalen und überregionalen Newsdesk auf (**kress**report 10/2011). Seitdem finden auf den drei vorderen Seiten, zuvor ausschließlich mit lokalem Stoff gefüllt, auch Ereignisse und Entwicklungen jenseits von Delmenhorst einen Widerhall: „Als Thema kommt alles in Frage, was überregional diskutiert wird, aber Auswirkungen auf die Menschen in unserem Verbreitungsgebiet hat", sagt Chefredakteur **Ralf Freitag**, 47. Als Beispiele dafür nennt er die Diskussion um Spritpreise oder die Pendlerpauschale.

Die neue Mischung von lokaler und überregionaler Berichterstattung war mit weiteren Änderungen verbunden. Freitags Redaktion überprüft z. B. mögliche lokale Themen nun anhand eines Kriterienkatalogs systematisch auf ihre Relevanz. Eine „Themen- und Gattungsmatrix" soll zudem dafür sorgen, dass wichtige Sujets regelmäßig im Blatt vorkommen. „Wir wollen keine zufällige Themenvielfalt, sondern die Themenvielfalt selbst setzen", sagt Freitag.

Im „Delmenhorster Kreisblatt" gibt es weiterhin auch einen klassischen Mantel. Er besteht aus **dpa**-Inhalten und erscheint am Ende der Zeitung. Im Mittelpunkt des Marketings steht er aber nicht: „Unsere Korrespondenten sitzen nicht in Kapstadt oder Washington, sondern in Bremen und Oldenburg", sagt Freitag. „Wir betrachten Ereignisse durch die Brille unserer Leser und die denken vor allem regional." Wer sich speziell für internationale Ereignisse interessiere, sei anderswo „vielleicht besser aufgehoben".

Neun Monate nach der Umstellung zieht der Chefredakteur eine positive Bilanz: Der Relaunch habe der Zeitung einen „Schub" gegeben. Das „Delmenhorster Kreisblatt" hat zuletzt pro Quartal zwischen 3 und 4% Auflage verloren, aber Freitag wertet die geringe Zahl relaunchbedingter Abo-Kündigungen – nach seinen Angaben 48 – als Erfolg. Außerdem hätten die ersten Seiten durch das „Runterbrechen" überregionaler Themen an Relevanz gewonnen.

An zwei Stellen haben Freitag und die Seinen seit Juli 2011 aber noch einmal Hand angelegt: Sie machten die Reduzierung des überregionalen Nachrichtenteils um eine Seite wieder rückgängig. „Am Anfang haben wir die Psychologie der Leser zu wenig beachtet und gedacht, zwei Nachrichtenseiten würden reichen", gesteht der Chefredakteur ein. Außerdem versucht die Redaktion jetzt, auf ihren ersten drei Seiten überregionale Bezüge durch Kästen deutlicher herauszuarbeiten. „Einige Leser haben am Anfang gefragt: Was macht Brüssel im Lokalteil?", berichtet Freitag. „Wir haben die Artikel jetzt besser ausgeschildert."

Fränkisch gefärbter Mantel

Den kostspieligen Weg der eigenen Mantelproduktion ist auch die Nürnberger „**Abendzeitung**" („AZ") gegangen. Nach der Übernahme durch den Medienunternehmer **Gunther Oschmann** nabelten die Nürnberger sich vom Mutterblatt in München ab, stockten die Redaktion auf und schneidern seit Mai 2011 einen eigenen, fränkisch gefärbten Mantel (**kress**report 13/2011). Hoffnungen auf eine Auflagensteigerung haben sich freilich nicht erfüllt, was Ende Dezember zum Abschied von Chefredakteur **Andreas Hock** führte: Die Auflage der Boulevardzeitung sank im vierten Quartal 2011 um fast 12% auf 14.183 Exemplare.

In Nürnberg hat man angesichts der großen Verluste zeitweise über den Verzicht auf einen selbstproduzierten Mantel nachgedacht. Chefredakteur **Peter Groscurth** beteuert indes, dass es beim Status quo bleiben solle. Auch die „AZ" mischt auf ihren vorderen Seiten regionalen mit überregionalem Stoff, und Groscurth möchte diese Möglichkeit und die damit verbundenen Freiheiten nicht missen. Zunächst bis zur Jahresmitte befristete Arbeitsverträge hat die „AZ" gerade bis zum Jahresende verlängert, was darauf hindeutet, dass derzeit tatsächlich keine Abschaffung des eigenen Mantels geplant ist. Jeden Preis werden die Nürnberger für ihre Freiheit aber gewiss nicht zahlen.

Zurück zu: das aktuelle Heft

© Haymarket Media. Alle Rechte vorbehalten. Website by e-net Consulting GmbH & Co. KG