

In Corona-Zeiten: So geht's der NRWZ

Peter Arnegger (gg)

31. Mai 2020

„Bleiben Sie gesund!“ Das hatten wir von der NRWZ Ihnen, liebe Leser, am 20. März gewünscht. Einen Tag darauf haben wir unsere bisher letzte gedruckte „NRWZ zum Wochenende“ veröffentlicht. Das ist gut zwei Monate her. Zwischenzeitlich konnten Sie, als unsere Leser und Kunden, schon mehrfach Ihre Situation schildern. Doch: Wie geht es der NRWZ? War es richtig, die Druckausgabe einzustellen? Und wie geht es weiter? *Diese Fragen beantwortet NRWZ-Verlags-Geschäftsführer Peter Arnegger.*

„**Coronaopfer WOCHENBLATT**“. So titelte der Wochenblatt-Verlag Ravensburg vor ein paar Tagen. Es wird nur umschrieben, aber das Medienunternehmen ist offenbar zahlungsunfähig. Seine Macher schreiben: „Der Ausbruch der Corona-Pandemie und der damit einhergehende Shutdown weiterer Bereiche der Wirtschaft, und damit der Anzeigenkunden des Wochenblatts unterbricht die Erfolgsstory jäh: Die Umsätze der rein anzeigenfinanzierten beliebten Wochenzeitung brachen radikal ein.“

Die Ravensburger haben den Druck ihres Wochenblatts, das auch in Tuttlingen erschienen ist, nun eingestellt. Ihnen ist die Luft ausgegangen. Man befindet sich im Regelverfahren – in der Insolvenz. Man wolle online weiter für die Leser da sein.

Logischer Schritt ins Digitale

*Die bislang letzte NRWZ zum Wochenende.
Hier zum Durchblättern.*

Um nicht an diesen Punkt zu kommen, hat der NRWZ-Verlag bereits im März die bislang letzte gedruckte Ausgabe vorgelegt. Ganz klar: Drucken, Transportieren, Verteilen – das sind bei einer Auflage von fast 40.000 Exemplaren große Ausgabe-Posten, die finanziert werden wollen. Wie den

Ravensburgern auch sind uns aber die Einnahmen zunächst fast komplett weggebrochen.

Es war daher auch aus heutiger Sicht ein logischer Schritt, auf die sogenannte analoge Erscheinungsweise zu verzichten. Nicht mehr zu drucken. Zudem haben wir Kurzarbeit angemeldet. Wir haben Soforthilfe bekommen, was uns Luft zum Atmen gegeben hat. NRWZ-Mitarbeiter verzichten teils auf Honorare. Und wir kaufen schlicht auch weniger Beiträge ein. Alles zusammen wirkt.

Wir haben dann viel Arbeit in den Ausbau von NRWZ.de gesteckt. Es ist unser einziger verbliebener Nachrichtenkanal, er muss so gut funktionieren wie möglich. Erst in der vergangenen Woche gab es beispielsweise wiederholt Ausfälle, war NRWZ.de nicht erreichbar. Grund waren Hacker-Angriffe auf ein Rechenzentrum (sogenannte DDoS-Attacken), in dem auch der Server stand, auf dem NRWZ.de lag. Deshalb haben wir unsere Website gestern in ein neues Rechenzentrum umziehen lassen. Immer mal wieder fällt eine Funktion bei uns online aus. Das ist eben digital: an oder aus. Tut oder tut nicht. Wir tun, was wir können. Eine Website ist ein komplexes Ding.

Die Zugriffszahlen auf NRWZ.de, die im März unglaublich waren (mehr als 3,1 Millionen Seitenabrufe, mehr als 304.000 Nutzer) haben sich auf einem guten Normalniveau eingependelt. Wir hatten im heute ablaufenden Mai 170.000 Nutzer, die 1,3 Millionen Seiten abgerufen haben. An einzelnen Tagen gab es rund 60.000 Seitenabrufe, je nach Nachrichtenlage. Nicht schlecht, für ein Kleinstadt-Online-Medium, finde ich. Die Quelle für die Zahlen: Google Analytics.

Und doch bald wieder gedruckt?

Und dennoch: „Wann kommt wieder eine gedruckte NRWZ?“ Diese Frage wird mir derzeit oft gestellt. Sie kommt per E-Mail, über unsere Facebook-Seite, und ich werde auch ganz direkt gefragt. Von Einzelhändlern, zumeist, manchmal bei einem kurzen Stopp aus einem Autofenster heraus.

Meine Antwort: „Derzeit planen wir keine Druckausgabe.“ Ich ernte dann immer eine gewisse Enttäuschung. Mir geht es auch so: Ich habe selbst gerne Papier in der Hand (obwohl ich das Smartphone

dazu kaum weglege, es quasi immer noch in der anderen Hand halte). Wir von der NRWZ haben unsere ganze Kraft ins Digitale gesteckt – wir sind NRWZ.de mit Leib und Seele. Und das nicht erst seit März, aber vor allem seitdem.

Denn die Rahmenbedingungen für ein anzeigenfinanziertes Medium sind nicht gut. Der lokalen Wirtschaft geht es nicht gut. Ein „zappendusteres“ Bild malte etwa IHK-Mann Philipp Hilsenbek. Umsatzeinbrüche um bis zu 95 Prozent. Ich möchte es mal so sagen: Wer überlebt, wenn er nicht einmal bei jedem zehnten Atemzug auch tatsächlich Luft bekommt?

Die Großstadt ist uns ein wenig voraus, in Stuttgart hat jetzt der „Ufa-Palast“ aufgegeben, eines der größten Multiplexe Deutschlands. Grund: die Corona-Pandemie, genauer gesagt: die Beschränkungen zu deren Eindämmung. Es werden noch weitere Insolvenzen folgen. Nicht nur in der Groß-, bald auch in der Kleinstadt.

Uns von der NRWZ sind ebenfalls die Umsätze eingebrochen. Und sie stagnieren nun auf recht niedrigem Niveau. Deshalb wird es weiterhin nicht möglich sein, in Druck, Transport und Verteilung zu investieren. Du verbrennst einfach zu viel Geld, siehe „Wochenblatt“.

Dennoch geht es aus meiner Sicht darum, die NRWZ als zweite journalistische Stimme im Kreis Rottweil zu erhalten. Auch, wenn die Tageszeitung und wir dasselbe Thema angehen, so doch oft auf unterschiedliche Weise, mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Und beide halten den jeweils anderen auf Trab, sorgen für eine wichtige Konkurrenz. Das kommt den Lesern zugute, auch jenen, die nur eines der beiden Medien konsumieren.

Digital finanzieren – dank Kunden und Lesern

Unser wichtigstes Ziel demnach: andere Finanzierungsmöglichkeiten zu finden, die einen dauerhaften, nachhaltigen Betrieb des NRWZ-Verlags ermöglichen. Diese sind:

NRWZ.de - Neue Rottweiler Zeitung.

- **Werbeanzeigen auf NRWZ.de.** Wir danken herzlich allen Kunden, die den Schritt von analog zu digital mit gegangen sind. Sie sollten es nicht bereuen. Ein Beispiel: Ein in der vergangenen Woche drei Tage lang geschaltetes, sogenanntes Banner im Kopf der NRWZ.de-Seiten ist an nur einem Tag mehr als 20.000 Mal ausgeliefert, also unseren Lesern angezeigt worden. Und das, obwohl es in Konkurrenz zu anderen Werbebannern lief, sich den Platz teilte. Anders gefragt: Haben Sie, liebe Leserin, lieber Leser, die aktuellen Angebote des Rottweiler Edeka-Culinara-Markts wahrgenommen? Ja? Sehen Sie.
- **Diese Werbebanner können unsere Kunden jetzt direkt selbst kaufen und einbuchen.** Alle Details finden Sie hier.
- **Leser können NRWZ.de abonnieren.** Einige hundert haben dies getan, wofür wir sehr, sehr dankbar sind. Sie alle unterstützen uns mit teils kleinen monatlichen Summen – und tragen gemeinsam doch zum Erhalt unseres Mediums bei.
- **Zwei Unternehmen haben Sponsoring-Abos abgeschlossen und unterstützen uns mit einem größeren monatlichen Beitrag.** Sie, liebe Leser, dürften die Unternehmen kennen, sie erscheinen abwechselnd bei jedem Seitenaufruf. Wir danken der Volksbank Rottweil und den Brandschutz-Ingenieuren von Sinfiro. Weitere Unternehmen und Behörden haben Sammelmitgliedschaften abgeschlossen – auch dafür danken wir herzlich!
- **Wir bieten unseren Kunden sogenannte Promo-Artikel an.** Das sind – eindeutig als Anzeige gekennzeichnete – bezahlte Beiträge, die auf der täglich mehrere tausend Male aufgerufenen NRWZ.de mitlaufen. Sie sind an jedem Seitenkopf zu finden, werden auf Facebook geteilt, wo die NRWZ allein fast 17.000 Fans erreicht. Bei Interesse senden Sie uns bitte eine Mail. Ein Beispiel:

<https://www.nrwz.de/rottweil/live-chat-mit-dem-team-der-geburtshilfe-der-helios-klinik-rottweil/265142>

- **Die bisherigen Print-Sonderthemen, die das Blatt finanziert haben, laufen nun online.** „Bauen & Wohnen“, „Familiennachrichten“, die Orts-Porträts – diese Artikel kommen teils auf mehrere tausend Aufrufe – und wenn einer mal nicht so performen will, wie es so schön heißt, dann helfen wir per Facebook und weiteren Einblendungen auf NRWZ.de nach. Eine Übersicht über die Sonderthemen finden Sie hier.
- **Besondere Sonderthemen wie jüngst unser „Ausbildung-Spezial“ verbreiten wir nachdrücklich online, um unseren Kunden, die große Image-Anzeigen dazu buchen, einen möglichst großen Werbeerfolg zu ermöglichen.**

Und wo führt das hin?

Mit all diesen Maßnahmen sind wir längst noch nicht am Ziel. Das möchte ich unumwunden zugeben. NRWZ.de - also das ausschließlich digitale Lokalnachrichten-Medium - könnte sich mit den oben genannten Schritten langfristig finanzieren. Doch dazu brauchen wir mehr Abonnenten, mehr Anzeigenkunden.

Die Krise schlägt gerade voll durch, wir könnten uns gar nicht so sehr klein machen und wegducken. Also wollen wir das Gegenteil tun: Mit dem kleinen Kernteam, das die NRWZ gerade betreibt, weiter eine eigenständige, unabhängige, selbstbewusste lokale Berichterstattung bieten. In erster Linie: schnell sein. Und zugleich Abonnenten, Sponsoren, Kunden werben, jeden Tag, jede Woche, jeden Monat. Mit größter Energie Zeitung machen.

Und wir haben weitere Ideen - Prospekte online anbieten, nachhaltig und papiersparend, zum Beispiel. Leser- und Abonnenten-Newsletter ausbauen. Diese Dinge.

Ich bitte Sie, unterstützen Sie uns dabei. Und schreiben Sie mir eine Mail, wenn Sie eigene Ideen und Anregungen haben.

Herzlich
Ihr Peter Arnegger