

An einem Strang

In einem mehrmonatigen Prozess haben sich vier **Anzeigenblätter** aus dem Ippen-Imperium optisch und inhaltlich in der Gruppe Anzeigenzeitungen Nordosthessen (AZGN) verzahnt.

Zeitungs-Designerin Christina Stui-ber wird die Arbeit wohl kaum ausgehen. Zahlreiche Anzeigenblätter haben sich dieses Jahr schon liften lassen. Ein Trend, der anhalten wird, glaubt Konstantin Korosides, Sprecher des Bundesverbands der Anzeigenblätter BVDA: „Viele Blätter legen mehr Wert auf Redaktion und wollen ihren kostenlosen Wochenzeitungscharakter unterstreichen.“

Weil die einstigen Kleinanzeigengräber in Inhalte investieren und wegen der guten Wachstumsaussichten im Portfolio der Zeitungsverlage immer wichtiger werden, spricht auch Verleger Dirk Ippen mittlerweile lieber von „unbezahlten Zeitungen“.

Im Ippen-Imperium hat die Nürnberger Designerin Stuiber gerade einen größeren Auftrag vollendet: der *Extra-Tip* Kassel, *Fulda Aktuell*, der *Hersfelder Kreisanzeiger*, zwölf Titel des *Marktspiegel* Witzenhagen sowie der kleine *Eder-Diemel-Tipp* haben sich unter dem Dach „Anzeigenzeitungen Nordosthessen (AZGN)“ optisch und inhaltlich eng verzahnt. Die bisher kunterbunten Titel mit insgesamt über eine Million wöchentlicher Auflage (Mittwoch und Sonntag) sind über eine Minderheitsbeteiligung des Ippen-Neffen Daniel Schöningh zwar schon eine Weile ver-



Künftig gemeinsam Bisher verschiedene Titel bekommen gemeinsame Inhalte, Design, Führungsteam und Firmenkultur.

Gruppenchefs v.l.: Chefredakteur Dirk Lorey, Kaufmännischer Leiter Andreas Bauermeister, Verlagsleiter Michael Dillmann, Anzeigenleiterin Petra Goßmann.



bunden – Schöningh ist nicht nur Ippens Nachfolger in dessen Zeitungsimperium Nord, sondern auch Geschäftsführer der vier großen Blätter.

Dennoch hätten die Mitarbeiter in Redaktion und Verlag „noch den alten Wettbewerbsgedanken im Blut gehabt“, sagt Verlagsleiter Michael Dillmann, der seit März 2006 an Bord ist. Zukünftig sollen aber alle Titel „intern und extern als eine Marke wahrgenommen werden“. Zwar blieben die einzelnen Titelmarken erhalten, doch im Look gleichen sich die Blätter jetzt an.

An einem gemeinsamen Konzept arbeitete Designerin Stuiber mit den Redaktionen über den Sommer. Nun werden die Titel über verschiedenfarbige Würfel im Logo einheitlich geklammert, es gibt eine gemeinsame Typografie und Bildsprache, mehr Kleinteiliges wie Tipps und Info-Kästen, alles im lockeren, boulevardesk-magazinigen Stil, aber ohne Sex und Crime.

Nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich werden mehr Gemeinsamkeiten als bisher gepflegt. Neu entwickel-

te Seiten, etwa die „Nordosthessen-Seite“ oder Themenseiten wie „Frau“, „Motorrad“ oder „Sport“ setzen die Chefredakteure blattübergreifend ein. Um Termine wie die documenta Kassel, für die vorher jedes Blatt einen Redakteur entsandte, kümmert sich blattübergreifend nur noch ein Journalist. Weil das alles koordiniert werden muss, wird Dirk Lorey zum Januar 2007, wenn sich *Extra-Tip*-Chefredakteur Klaus Becker in den Ruhestand verabschiedet, Oberchefredakteur aller Titel. Die werden unter Loreys Steuerung von den jeweiligen Redaktionsleitern operativ geführt.

Die neuen Blattstrukturen will nun auch der Verkauf unter Anzeigenleiterin Petra Goßmann aktiver für sich nutzen. Das insgesamt 50-köpfige Team an Telefonen und im Außendienst vermarktet Titelkopf oder Themenseiten aktiv über alle Blätter hinweg. 20 Prozent Rabatt gibt es für eine Belegung aller vier Blätter, wer ein und dieselbe Anzeige mittwochs und sonntags bucht, bekommt noch mal 50 Prozent erlassen. Weil die Schöningh-Blätter nun stärker an einem Strang ziehen, dürften Konkurrenten wie Parzeller in Fulda den verschärften Wettbewerbswind noch deutlicher zu spüren bekommen. Im Mai dieses Jahres hat Dillmann den Verzahnungsprozess eingeleitet. Seine Bilanz: „Der Relaunch war nicht nur eine überfällige Modernisierungsmaßnahme, sondern auch Vehikel, um die Kultur zu verändern.“

Die neue Kultur wurde per Titelkampagne beim Leservolk angekündigt, ein gemeinsamer werblicher Leitspruch wird allerdings noch gesucht.

Judith Pfannenmüller ✉ jup@wuv.de