

10/2003

# Medium

Die Zeitschrift für Journalisten

# Magazin

www.mediummagazin.de

JOURNALISTEN-  
WERKSTATT

„ICH-AG“

Teil 3

PR-Know-how  
für Umsteiger

## MEDIEN

### Agenda-Setting

Wie Themen gesetzt  
und verkauft werden

## PR

### Innenansicht

Trends und Konzepte bei  
Mitarbeiterzeitungen

## NEXT GENERATION

### Kandidatenkür

Was Journalistenausbilder  
bei Aufnahmetests  
verlangen

## In medias res

Exklusiv-Interview: Alfred Neven DuMont über Elite-Zeitungen,  
Verlegerverantwortung und das eigene Ego.



Foto: Stefan Worring · Medium Magazin · Postfach 1152 · 83381 Freilassing · 18. Jahrgang · ISSN 0178-8558 · Euro 4,60 · SFr 8,- · Y9072 E

9 006172 000030

# In medias res

... seit 50 Jahren: Alfred Neven DuMont über Elitezeitungen, Verlegerverantwortung und eigene Ambitionen.

Interview: Annette Milz, Fotos: Stefan Worrington

**?** Glückwunsch zu Ihrem jüngst erschienenen Buch „Die verschlossene Tür“. Was treibt Sie als Zeitungsverleger zur Belletristik?

! Meiner Mentalität her war ich ursprünglich der Kultur, dem Theater, dem Schreiben zugewandt. Für mich war der Einstieg in die Zeitung das Schreiben. Meine Priorität galt nie zuerst dem Geldverdienen. Gut, ich habe mir die wirtschaftliche Seite dann auch angeeignet. Der Verleger muss als Januskopf beides beherrschen. Er muss in meinen Augen schöpferisch sein, journalistische und publizistische Vorstellungen haben, aber er muss das natürlich wirtschaftlich realisieren können.

Nun habe ich mich aber mit einer gewissen List auf die schönen Künste zurückbesonnen: Wenn man so ein Buch wie „Die verschlossene Tür“ schreibt, gewinnt man auch etwas Abstand zum Tagesgeschäft.

? Sie sind nun seit 50 Jahren als Verleger tätig. Hatten Sie eigentlich Vorbilder?

! Mir fallen da zwei Leute ein: der eine war Arthur Hays Sulzberger von der *New York Times*, dem ich als Student Mitte der 50er-Jahre in Amerika begegnet bin. Damals sagte er mir: „Setzt euch für den Wechsel ein. Nur die Demokratie ist lebendig, die vom Wechsel lebt.“ Das hatten die Deutschen noch nicht gelernt, wie man z.B. 1969 sah, als sie sich nach 20 Jahren Adenauer-Ära schwer taten, eine neue Regierung zu wählen.

Der Zweite war der junge Axel Springer - ein Vorbild für mich besonders in Bezug auf eine Zeitung, bei der ich Anfang der 50er-Jahre gelernt habe: das *Hamburger Abendblatt*. Das war die erste spannende, moderne, interessante Regionalzeitung in Deutschland, die in der damaligen Presselandschaft völlig aus dem Rahmen fiel. Dafür muss man ihm ein ganz dickes Kompliment machen. Später haben ihr ja eine Reihe nachgeeifert wie z. B. die *Neue Rhein/Ruhr-Zeitung* - eine sehr interessante Zeitung, die aber verlegerisch falsch, auf ein zu großes Verbreitungsgebiet ausgelegt war.

? Axel Springer verstand sich als politischer Verleger. Das sagt man auch über Sie. Verstehen Sie sich selbst so?

! Ich würde mich nur als wirtschaftlicher Verwalter meiner Zeitung nicht glücklich gefühlt haben. Das entspricht nicht meiner Mentalität. Ich weiß nicht, ob ich das als „politischen Verleger“ bezeichnen würde, eher als Verleger mit politischem Engagement. Selbstverständlich interessiert es mich, wer hier in Köln die Verantwortung trägt und ob die Burschen einigermaßen etwas leisten. Oder ob eine Landes- oder Bundesregierung einschläft oder neue Ideen hat.

? Anfang dieses Jahres haben Sie in Halle die Europäische Journalistenschule für multimediales Arbeiten gegründet. Was soll diese Schule leisten?

! Hier zu Lande wird noch von vielen verdrängt, dass ein großer Teil unserer Politik gar nicht mehr in Deutschland, sondern in Brüssel gemacht wird. Mir war aufgefallen, dass es - symptomatisch für diese Haltung - in Deutschland keine europäische Schule für Journalismus gibt. Ich glaube aber, dass wir die jüngeren Journalisten mehr in diesem Sinne schulen sollten.

? Die Schule, die auch Ihren Namen trägt, soll auch das multimediale Arbeiten fördern. Was bedeutet Ihnen das Internet für die Zukunft der Zeitung?

! Das ist eine sibyllinische Frage. Mein eigenes Gefühl für diese Dinge ist doppelbödig: Auf der einen Seite freue ich mich, weil damit die Wissensmöglichkeiten für die Bevölkerung voranschreiten, gar kein Zweifel.

Aber machen wir uns nichts vor: Auf der anderen Seite ist es auch eine Konkurrenz zum gedruckten Wort. Lassen Sie uns in zehn Jahren sehen, wie viele Bücher noch gedruckt werden und wie viele Zeitungen noch erscheinen. Ich sehe nicht das Ende des gedruckten Wortes. Das elektronische Wort ist sehr verführbar, hat nicht die Wirkung wie das gedruckte Wort. Aber ich kann mir vorstellen, dass Zeitungen und Bücher wieder et-

**„Ich kann mir vorstellen, dass Zeitungen wieder etwas elitäre Züge annehmen werden.“**

**INTERVIEW:**



**Annette Milz** ist Chefredakteurin von *MediumMagazin*. eMail: [annette.milz@mediummagazin.de](mailto:annette.milz@mediummagazin.de)



A close-up portrait of Alfred Neven DuMont, an older man with grey hair and a mustache, wearing a red and white striped shirt and a red tie. He is looking slightly to the left with a thoughtful expression. His hands are clasped in front of him.

„Meine Priorität galt nie  
zuerst dem Geldverdienen.“

Alfred Neven DuMont

was elitäre Züge annehmen werden, weil die Auflagen in Zukunft niedriger sein werden.

*? Sie haben kürzlich das Jahr 2002 mit den Worten bilanziert: „Die Goldenen Jahre, in denen wir aus dem Vol-len schöpfen und gleichzeitig viele neue Projekte angehen konnten, sind einstweilen vorbei.“ Künftig werde sich DuMont Schauberg wieder auf das traditionelle Printgeschäft konzentrieren. Wie verträgt sich das mit ihrer Prognose, die Zeitung sei auf dem Weg zu einem elitären Medium?*

! Elitär meint hier nicht, dass die Zeitungen ins 19. Jahrhundert mit vielleicht 40.000 Auflage zurückfallen werden. Aber die Zeitungen werden sicher, wenn das Anzeigengeschäft sich nicht erheblich belebt, teurer werden müssen. Damit ist zu befürchten, dass die Auflagen weiter schrumpfen und sich die Leute noch mehr der elektronischen Information bedienen.

Mir persönlich ist allerdings eine Zeitung mit journalistischer Qualität und publizistischem Anspruch lieber als eine nichts sagende mit großer Auflage.

Hinzu kommt, dass Zeitungsverlage bedingt durch das derzeit gültige Kartellrecht Wettbewerbsnachteile erleiden, die dazu führen, dass auch größere Gebiete künftig nicht mehr zwei Zeitungen haben werden. Das

wird alles Hand in Hand gehen, wenn sich die Rahmenbedingungen nicht ändern.

*? Warum haben Sie sich eigentlich in ihren Zeitungsaktivitäten, abgesehen von der Mitteldeutschen Zeitung, „nur“ auf die Stammregion Rheinland konzentriert und sich nicht wie andere Verlage im Ausland, insbesondere Osteuropa, und auch im Inland engagiert?*

! Gute Frage. Wir haben keine ausgeprägten Ambitionen, uns im Osten zu betätigen. Ich war auch nicht der Motor eines solchen Gedankens. Ich hatte immer etwas Schwierigkeiten, Ausländern eine Zeitung in ihrem eigenen Land zu präsentieren. Das war nachträglich gesehen vielleicht falsch. Aber es ist ja noch nicht aller Tage Abend. Was das Inland betrifft, sind wir bei einem Problem, das uns in diesen Tagen besonders beschäftigt, dem Kartellrecht. Das macht uns Verlegern besonders Sorge. Es kann nicht angehen, dass auf der einen Seite Anzeigen und Auflagen schrumpfen und auf der anderen Seite die Zeitungshäuser durch ein schädliches, überholtes Kartellrecht in ihrer Entwicklung behindert werden. Da muss dringend etwas geschehen.

*? Ihr Haus macht mit dem „Kölner Modell“ – gemeinsamer Verlag/ getrennte Redaktionen von Kölnischer Rundschau*

**ABOSERVICE**

*Das gedruckte Interview ist eine gekürzte Fassung des ausführlichen Gesprächs mit Alfred Neven DuMont, in dem er sich u. a. auch zu Wahlempfehlungen, lokalen Positionierung von Zeitungen und zur Entwicklung der Boulevardpresse sowie zum Generationenwechsel in den Verlagen äußert. Die vollständige Fassung ist (für Abonnenten kostenlos) nachzulesen unter [www.mediummagazin.de](http://www.mediummagazin.de)*

**IN MEDIAS RES** und Kölner Stadt-Anzeiger – vor, was Holtzbrinck in Berlin gerne mit Tagesspiegel und der Berliner Zeitung umsetzen würde. Kann Köln ein Modell sein auch für andere Regionen?

! Das ist natürlich übertragbar. Aber ich finde es zu kurz gesprungen, dieses Modell als alleinigen Maßstab zu sehen. Im Grunde muss das Kartellrecht völlig neu gestaltet werden. Wenn ein Verlag nach geltendem Recht die magische Grenze von 500 Millionen Euro Umsatz im Jahr überschreitet, ist er faktisch handlungsunfähig im Bemühen um weiteres Wachstum oder auch nur kostensparende Kooperationen. Ein unglaublicher, diskriminierender Vorgang.

Ich nenne Ihnen ein Beispiel: Wenn ein Teil unseres Buchverlags Probleme hat und mit einem ande-

ren Haus kooperieren möchte, zum Beispiel über einen gemeinsamen Vertriebsweg, ist das nicht möglich, weil er als Kind des großen Hauses keine eigenen Wege gehen darf. Es bliebe nur der Verkauf, und das ist ein bisschen wenig. Da muss dringend etwas geschehen.

? Hat denn angesichts von schrumpfenden Anzeigen und Auflagen ein Nebeneinander von zwei konkurrierenden Zeitungen wie Kölner StA und Kölnischer Rundschau noch eine tragfähige Zukunft?

! Das ist eine sehr sensible Frage, die die Wirklichkeit beantwortet wird.

? Wie positionieren Sie denn die beiden Zeitungen unter einem Verlagsdach in einem gemeinsamen Markt?

! Im Grunde ist es nicht so kompliziert: Wir werben für beide Zeitungen, als Herausgeber der *KStA* bin ich natürlich Partei und versuche ihn mitzutragen und zu gestalten. Das wird Herr Heinen als Herausgeber der *Kölnischen Rundschau* genauso machen. Das ist eine Edelkonkurrenz im eigenen Haus, da sehe ich durchaus positive Züge.

**„Mir ist eine Zeitung mit journalistischer Qualität und publizistischem Anspruch lieber als eine nichts sagende mit großer Auflage.“**

? ...also nach dem Prinzip Konkurrenz belebt das Geschäft?

! Solange der Markt das hergibt.

? Kann ein stärkeres Engagement im elektronischen Bereich zum Beispiel

**Alfred Neven DuMonts spontane Antworten:**

*Mein Credo lautet ... ich selbst sein.*

*Publizistische Macht besteht ... aus Verantwortung*

*Der Begriff 4. Gewalt gefällt mir ... bedingt.*

*Eine eigene Meinung ist für Redaktionen ... essenziell.*

*Das Buch Citizane Kane ist ... hochinteressant.*

*Die Rolle des Hamlets bedeutete mir ... viel Spaß*

*Liberalität bedeutet im eigenen Haus ... Im Ursprung vieles, in der heutigen Umsetzung wenig.*

*Einen guten Verleger zeichnet aus ... Engagement.*

## DER PATRIARCH VON KÖLN: „GARANT UND EINSCHRÄNKUNG DER PRESSEFREIHEIT IN EINER PERSON“



**Seltenes Jubiläum: Seit 50 Jahren ist Alfred Neven DuMont Verleger.**

Ob das ihm zugeschriebene Zitat: „Mein größter Fehler ist mein Ego“ stimme? Mitten in diese Frage bricht die Sonne durch die hohen Glasfenster in das großzügige Büro mit Galerieetage in Köln-Niehl, scheint auf einen aufgeräumten Schreibtisch, einen echten Miró – und auf Alfred Neven DuMont, der kurz zögert, bevor er antwortet: „Ich kann mich ehrlich nicht daran erinnern. Aber ich habe auch eine gute Nachricht: Wenn Sie älter werden, schrumpft das Ego langsam. Im Grunde finde ich es sehr schön, im Alter festzustellen: Die Message ist eine ganz andere: Weniger wäre mehr.“ Das werden die Mitarbeiter im eigenen Haus mit Interesse hören. Kaum ein Verleger ruft solche gemischten Ge-

fühle in den Redaktionen hervor wie Alfred Neven DuMont. Er sei, so hieß es einmal, „Garant und Einschränkung der Pressefreiheit in einer Person“, weil er einerseits zur publizistischen Qualität seiner Medien stehe und Journalismus nicht nur als Geschäftsmodell versteht, andererseits aber den Spielraum seiner Journalisten durch eigene

publizistische Ambitionen einschränke. Von beidem zeugen seine Artikel im *Kölner Stadt-Anzeiger*, die ein ihm zum 70. Geburtstag gewidmetes, 480 Seiten dickes Buch füllen. Auf „Sir Alfred“, wie ihn sein Ex-Chefredakteur Martin E. Süskind einmal nannte, treffen viele Attribute zu: Temperamentvoll, streitbar, charmant, autoritär, nie zufrieden und „unbändig stolz auf seine Zeitungen“. In diesen Tagen begeht

der 76-Jährige sein 50-jähriges Jubiläum als Verleger, der – die Zahlen im Auge – sich bis heute vor allem als engagierter Publizist versteht.

Geboren am 29.3.1927 in Köln als Sohn des Zeitungsverleger Kurt Neven DuMont und Enkel des Malers Franz von Lenbach, studierte er Philosophie, Geschichte und Literatur in München, arbeitete als Regieassistent und als Schauspieler (u. a. in der Rolle des „Hamlet“), absolvierte Lehrjahre beim Axel Springer Verlag, im Süddeutschen Verlag und an der Medill School of Journalism der Northwestern University Chicago, bevor er 1953 in den väterlichen Verlag eintrat. Von 1967 bis 1990 war er Vorsitzender der Geschäftsführung, seit 1990 ist er Vorsitzender des Aufsichtsrats des Verlags M. DuMont Schauberg, den er zum viertgrößten deutschen Medienverlag ausgebaut hat; und unverändert ist er Heraus-





„Kölner Modell“: Seit 1999 gehört auch die *Kölnische Rundschau* – neben *Kölner Stadt-Anzeiger*, *Mitteldeutsche Zeitung* und *Express* – zum Verlag M. DuMont Schauberg: redaktionell aber untersteht sie dem Herausgeber und Ex-Eigentümer Helmut Heinen.

mit Ballungsraumfernsehen eine Kompensation für die Verluste auf dem Printmarkt sein?

! Die Zeitungsverlage hatten ja gar keine Chance, ein zweites Bein auf den Boden zu stellen. Die deutsche Politik hat alles getan, um die Expansion der Zeitungshäuser auf diesem Gebiet zu verhindern. Wir konnten uns deshalb nicht früh mit dem Ballungsraumfernsehen beschäftigen, das hätte man bereits in den 60er-, 70er-Jahren machen müssen. Die Politik hat sich aber als Statthalter der Anstalten des öffentlichen Rechts betätigt und das böse Wort vom Doppelmonopol aufgebracht. Als wenn das des Teufels wäre!

? Von anderen Verlegern hört man, die Zukunft der Zeitung liege in Zeitungsketten, denn nur ein synergetisches Arbeiten sichere die wirtschaft-

liche Überlebensfähigkeit. Sehen Sie das auch so?

! Im Prinzip ja. Man muss das natürlich von Fall zu Fall prüfen, aber es lassen sich so eine ganze Reihe von Kosten gemeinschaftlich tragen, ohne dass der Leser darunter leiden muss. Zum Beispiel ist es für einen Leser wichtig, dass er gute Nachrichten aus aller Welt bekommt, aber es ist für den Leser völlig egal, ob der Korrespondent dabei exklusiv für die Zeitung arbeitet oder auch für ein halbes Dutzend anderer Zeitungen. Da ist viel zu machen.

? Diese Art der redaktionellen Kooperation lässt ja das gültige Kartellrecht bereits zu. Der Axel Springer Verlag erstellt sogar zwei Zeitungen – *Welt und Morgenpost* – mit einer gemeinsamen Redaktion. Was halten Sie von dieser Form der Synergie?

! Das ist durchaus positiv, wenn es die beiden Berliner Blätter stärkt.

? In der Auseinandersetzung um die Fusion von *Berliner Zeitung* und *Tagespiegel* wurde auch Ihr Haus als Kauf-Interessent genannt. Ist das zutreffend?

**„Mich würde natürlich eine Berliner Zeitung interessieren. Lassen wir mal sehen, wie sich die Dinge entwickeln.“**

! Mich würde natürlich eine Berliner Zeitung interessieren, gar kein Zweifel. Wir hätten uns vielleicht etwas früher einschalten sollen. Lassen wir mal sehen, wie sich die Dinge entwickeln. Generell gilt für unser Haus – und zwar nicht nur bezogen auf den Berliner Markt – dass wir im Inland weiter expandieren und uns entwickeln wollen.

? Wie sieht Ihre Vision für das eigene Haus aus, wo wird es in zehn Jahren stehen?

! Ich hoffe, dass dieser Staat so klug ist, das Wachstum von Zeitungshäusern in keiner Weise zu beschränken und dass unser Haus sich in seiner unabhängigen Ausrichtung und wirtschaftlichen Substanz weiter positiv entwickelt.

? In Ihrem Haus haben Sie in der Doppelfunktion als Verleger und Herausgeber stets eine sehr enge Verbindung zur Redaktion gepflegt. Gibt es für Sie dennoch Grenzen zwischen Verlag und Redaktion?

! Die gebieten sich eigentlich von alleine. Journalismus ist ein Beruf wie andere auch mit bestimmten Aufgaben. Ich hielt es für völlig falsch, wenn ein Anzeigenmensch einem Journalisten in sein Handwerk pfuschen würde. Da muss man mit einer gewissen Achtung voneinander stehen. Was nicht heißt, dass man

## Vita

geber des *Kölner Stadt-Anzeiger*, der *Mitteldeutschen Zeitung* und des *Kölner Express* (den er 1964 gründete, s. a. Seite 26). Er war daneben u. a. Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Zeitungsverleger und ist seit 1984 Ehrenmitglied des BDZV-Präsidiums, er engagierte sich für zahlreiche soziale und kulturelle Initiativen (u. a. Bürgerforum Naherholung, „Wir helfen“, Deutsches Komitee des Peres Center for Peace, „Dialog der Religionen“), er war Prinz Karneval in Köln (1955) und hat Theaterstücke und Romane („Abels Traum“ 1994, „Die verschlossene Tür“ 2003) geschrieben.

Im Januar 2003 hat Alfred Neven DuMont außerdem die „Hallesche Europäische Journalistenschule für multimediale Autorschaft / Alfred Neven DuMont“ gegründet, die Professor Wolfgang Kleinwächter auf-

baut (infos: [www.medienkomm.uni-halle.de/halesma](http://www.medienkomm.uni-halle.de/halesma)).

Und der Nachwuchs fürs eigene Familienunternehmen? Sohn Konstantin (33) und Neffe Christian DuMont-Schütte (46) sind bereits Mitglieder der Verlags-Geschäftsführung und u. a. Mitherausgeber des *Kölner Express*. Tochter Isabella ist außer Haus journalistisch tätig, als Chefredakteurin des *Araberjournal* (Deutscher Bauernverlag). Der älteste Sohn Spiridon starb 1995 mit 28 Jahren. Ihm haben die Eltern den „Spiridon Neven DuMont Preis“ für herausragende Projekte an der Kölner Kunsthochschule gewidmet.

PS: Wer Alfred Neven DuMont live als Schriftsteller erleben will, hat dazu am 25. November Gelegenheit: In der Mayerschen Buchhandlung am Kölner Neumarkt wird er öffentlich aus seinem Buch „Die verschlossene Tür“ lesen. *ami*



**IN MEDIAS RES** Dinge miteinander koordinieren und absprechen kann, insbesondere von der technischen Seite her. Ich habe das aber nie als problematisch empfunden.

*? Inwieweit halten Sie institutionalisierte Regeln für den Umgang von Verlag und Redaktion für nötig?*

! Sie können eine grundsätzliche Haltung, wie es sie ja beim Axel Springer Verlag gibt als die 12 Gebote ehern an die Wand heften. Das ist schön. Das schadet auch nicht. Aber wie nutzbar das ist, da habe ich meine Zweifel.

Ich halte mehr von einem regelmäßigen Kontakt mit den Redakteuren. Aus der Übung eines Dialogs

**Ein gläsernes Schmuckstück: Der Verlagssitz von M. DuMont Schauberg in Köln-Niehl, erbaut in den goldenen 90er-Jahren. Und der allgemeinen Krisenstimmung zum Trotz sagt Alfred Neven DuMont: „Generell gilt für unser Haus, dass wir im Inland weiter expandieren wollen.“**

entstehen Vertrauensperspektiven, die man als Fundament einer Verständigung fortschreiben kann. Das ist viel weniger kompliziert als es vielleicht aussehen mag, aber es setzt voraus, dass es überhaupt einen solchen Dialog gibt.

*? Was wollen Sie dem journalistischen Nachwuchs mit auf den Weg geben?*

! Ich wurde mal in Köln gebeten, zur Abschlussfeier von Wirtschaftswissenschaftlern eine Rede zu halten. Darin habe ich dann sehr überzeugt ausgeführt, dass es nicht genügt, einen Beruf engagiert auszuüben, sondern dass man sich darüber hinaus auch in der Gesellschaft engagieren sollte. Der ganze Vortrag war ein enormer Flop. Aber dieser Meinung bin ich immer noch. ■

**M. DUMONT SCHAUBERG UND „DAS KÖLNER MODELL“**

**Info**

Licht und Schatten standen über dem Geschäftsjahr 2002“, so überschreibt Alfred Neven DuMont als Aufsichtsratsvorsitzender die Bilanz eines Jahres, in dem die Unternehmensgruppe M. DuMont Schauberg (MDS) glanzvoll mit Bundespräsident und Bundeskanzler das 200-jährige Bestehen des Verlags feierte – und erstmals nach dem Krieg rote Zahlen schrieb. Ein Minus von 20,7 Millionen Euro (im Vorjahr noch 4,3 Millionen plus) mußte der viertgrößte Verlag hier zu Lande verbuchen, und einen Umsatzrückgang von 583 auf 547 Millionen Euro. Dennoch, „nur“ – heißt es da Ende Juli, da ein Minus von „mindestens 30 Millionen Euro“ befürchtet worden war. Die gute Nachricht: In den ersten sechs Monaten dieses Jahres habe man wieder schwarze Zahlen geschrieben. Und Heinz Kiegeland, Vorsitzender der Geschäftsführung seit Sommer 2002, verspricht optimistisch für 2003: „Wir schaffen ein positives Ergebnis, obwohl der Umsatz auch im ersten Halbjahr 2003 um weitere zehn Prozent zurückgegangen ist.“

**Zeitungskern.** M. DuMont Schauberg ist längst ein Medienhaus mit weit reichen-

den Beteiligungen und Aktivitäten bei den elektronischen Medien (u. a. RTL, tv-nrw), Anzeigenblättern, Buchverlagen, Bundesanzeiger, Illustrierten und im Internet. Doch den Kern – publizistisch wie finanziell – bilden nach wie vor die Zeitungen des Hauses: Der *Express* (bei dem jetzt Rudolf Kreitz als neuer Chefredakteur den drastischen Aufschwund bekämpfen soll, derzeit 254.000 verkaufte Auflage II. Quartal IWW), die *Mitteldeutsche Zeitung* (Chefredakteurin Monika Zimmermann, 294.000 verkaufte Auflage) sowie das Stammbblatt *Kölner Stadt-Anzeiger (KStA)*, Chefredakteur Franz Sommerfeld) und die *Kölnische Rundschau* (Chefredakteur Jost Springenguth) – im so genannten „Kölner Modell“ vereint: 1999 übernahm MDS die Verlagsgeschäfte der *Kölnischen Rundschau (KR)*, die Redaktion jedoch blieb unter Herausgeber Helmut Heinen, dem ehemaligen Eigentümer und aktuellen Präsidenten des deutschen Zeitungsverlegerverbandes) selbstständig. Seither werden *KStA* und *KR* nur noch gemeinsam in der Auflagenstatistik geführt, im II.Quartal mit rund 390.000 verkauften Exemplaren. Ein sensibles Konstrukt, in dem beide Seiten auf

strikte Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit voneinander achten. Die kleinere *KR* (Branchenkennern schätzen die Auflage auf gut 130.000) hat dabei den zweifellos schwierigeren Part als stark diversifizierte Landeszeitung gegenüber der Stadtzeitung *KStA*.

**Gewagtes Experiment.** Auch wenn die Inhalte streng getrennt sind, Vertrieb und Technik sind Gemeinschaftsgut. So sitzen beide Zeitungen in einem Boot, wenn am 4. Oktober bedingt durch geänderte Druckabläufe die Blattstruktur grundlegend verändert wird: Alle Bezirksausgaben erhalten ein zusätzliches 5. Buch mit magazinigen, lokalen Schwerpunkten, der Lokalteil – bisher an 2. Stelle – wandert nach hinten ins 4. Buch. Ein gewagtes Experiment, das dank weniger Wechelseiten, klarerer, durchpaginierter Struktur und höherer Aktualität (Redaktionsschluss um 22.30 Uhr in allen Bereichen) die Leser überzeugen soll. Nebenbei sollen die neuen Abläufe erhebliche Kosteneinsparungen im technischen Bereich bringen – und der Redaktion rund 500 bis 600 Nettoseiten mehr im Jahr verschaffen. ami