



Aschendorff Kompakt

**Informationen
auf allen Kanälen**

Seite 4 |

**Ein Kompass mit
Reichweite**

Seite 10 |



Geschichte

**Visionen und ganz
viel Mut**

Seite 6

Aufgabe der Zeitung

Vertrauen schaffen

Seite 14

Verbreitungsgebiete

**Zusammen für die
Region**

Seite 16

Produktion

**Hier wird mächtig
Druck gemacht**

Seite 36

Inhalt

04 | **Informationen auf allen Kanälen**

Seit fast 300 Jahren ist Aschendorff dem Worte verpflichtet

06 | **Visionen und ganz viel Mut**

Ein Überblick zur geschichtlichen Entwicklung der Unternehmensgruppe Aschendorff

08 | **Innovatives Medienhaus, starke Tradition**

Aschendorff ist traditionsreich und zugleich innovativ und seit jeher ein beliebter Arbeitgeber.

10 | **Ein Kompass mit Reichweite**

Das Traditionsmedium Zeitung ist erfolgreich und jung geblieben – gedruckt und digital.



| Foto: iStock.com/kupicoo

12 | **Konstant begehrt**

Die Zeitung erfreut sich nahezu ungebrochener Beliebtheit.

14 | **Vertrauen schaffen**

Die Tageszeitung informiert glaubwürdig und ist eine feste Größe in der Region.

16 | **Zusammen für die Region**

Neun Verlage ziehen zusammen an einem Strang.

18 | **Angebote für jede Zielgruppe**

Ob Groß oder Klein – bei Aschendorff ist das Richtige für jeden dabei.

20 | **Immer die Uhr im Blick**

Ein Tag am Newsdesk der Zeitungsguppe Münsterland.

22 | **Hier werden News verarbeitet**

Am Newsdesk laufen die Fäden zusammen, hier wird die Fülle der weltweiten und lokalen Nachrichten gesichtet und bewertet.



| Foto: Wilfried Gerharz

23 | **Multimediale Schaltzentrale**

Im Newsroom haben die Redakteure den Finger am Puls der Zeit.

26 | **Ein Tag im Medienhaus**

So entsteht eine Ausgabe Ihrer Tageszeitung.

28 | **News in Echtzeit**

Die Redaktion beliefert die digitalen Nachrichtenkanäle fast rund um die Uhr.

30 | **Von App bis Web**

Gemeinsam mit der gedruckten Tageszeitung bieten die digitalen News-Produkte ein Rundum-Sorglos-Paket.

32 | **Auf einen Blick**

Service-Anliegen mit nur wenigen Klicks schnell und einfach selbst erledigen.

34 | **WN-Archiv**

Historische Zeitungsausgaben digitalisiert im Archiv

36 | **Hier wird mächtig Druck gemacht**

Es ist Nacht. Münster döst. Aber im Druckzentrum an der Hansalinie pulsiert das Leben. Hier läuft die Zeitungsrotation zur Hochleistung auf.

38 | **270 Tonnen Hightech**

Die Rotation der Firma Koenig & Bauer ist das hochmoderne Herzstück des Druckzentrums.

40 | **Aus Alt wird Neu**

Beim Druck der Tageszeitung wird auf Recycling-Papier gesetzt.

42 | **Wie auf der Achterbahn**

Im Versand werden pro Tag 100 Tonnen gedruckte Produkte bewegt

44 | **Die tägliche Herausforderung**

Die Aschendorff Logistik sorgt rund um die Uhr für eine professionelle Zustellung.

46 | **Mitmachen ist ausdrücklich erwünscht**

Seit vielen Jahren laden die WN die Leser immer wieder zu neuen und bewährten Veranstaltungen ein.

48 | **Immer mehr drin**

Aktionsangebote der Tageszeitung

49 | **Ein klasse Projekt**

Das Medienprojekt „Klasse!“

50 | **Kontakt & Service**

Impressum

„Aschendorff Kompakt“ ist ein Produkt der Unternehmensgruppe Aschendorff.

Stand: September 2025

Verantwortlich: Marc Zahlmann

Redaktionelle Mitarbeit: Doerthe Rayen, Elmar Ries, Nadine Roesler, Caroline Rickert, Carsten Voß, Marc Zahlmann, Joanne Kriegerbarthold, Daniel Borchardt, Claudia Becker, Ralf Repöhler, Carsten Vogel, Maximilian Degenkolbe, Marius Menebröcker

Layout: Nolte/Hammer, Christian Bolz, Dörte von Wolffersdorff, Christoph Berse

Titelbild: Nolte/Hammer, Dörte von Wolffersdorff

Druck: Aschendorff Druckzentrum, An der Hansalinie 1, 48163 Münster

www.aschendorff.de

Editorial



Die Verleger der Westfälischen Nachrichten sowie die Geschäftsführer der Aschendorff Medien GmbH & Co. KG (v.l.n.r.): Dennis Hagen, Dr. Eduard Hüffer, Dr. Benedikt Hüffer, Marc Zahlmann
| Foto: Jürgen Christ

Liebe Besucherinnen und Besucher,

herzlich willkommen im Medienhaus der Unternehmensgruppe Aschendorff in Münster-Mecklenbeck! Sie befinden sich heute in einem Unternehmen, in dem modernste Technologie auf über 300 Jahre Tradition trifft.

Hier an unserem Produktionsstandort entstehen täglich die gedruckten Ausgaben verschiedener Tageszeitungen: Westfälische Nachrichten, Münstersche Zeitung/ Grevener Zeitung, Westfalen-Blatt und Westfälisches Volksblatt werden hier ebenso hergestellt wie die Titel der Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM). Mit einer verkauften Gesamtauflage von über 250.000 Exemplaren sind sie die führenden Medienmarken im Münsterland und in Ostwestfalen. Die verkaufte Auflage umfasst heute weit mehr als verlässliche Informationen auf Papier: Als zukunftsorientierte Mediengruppe informieren wir unsere Leserinnen und Leser auch auf verschiedenen digitalen Wegen wie zum Beispiel per E-Paper auf dem Tablet, Newsletter als E-Mail oder News-App auf dem Smartphone. Über ein Drittel unserer Kunden nutzt die Inhalte inzwischen digital.

Was uns antreibt, ist unsere tiefe Verbundenheit zur Region und unser Verständnis als unverzichtbarer Pfeiler der demokratischen Meinungsbildung. Mit über 20 Lokalredaktionen sind wir so nah am Geschehen wie kein anderes Medium im Münsterland und in Ostwestfalen. Wir informieren und unterhalten nicht nur – wir schaffen Transparenz, weisen auf Missstände hin und geben den Menschen eine Stimme. Als Wächter der Demokratie vor Ort sorgen wir dafür, dass politische Entscheidungen hinterfragt, Verwaltungshandeln kontrolliert und gesellschaftliche Entwicklungen kritisch begleitet werden.

Ob es um die Arbeit der politischen Gremien in den Städten und Gemeinden geht, um Bürgerbeteiligung bei Großprojekten oder um die Aufdeckung von Interessenskonflikten in der Kommunalpolitik – über 200 professionelle Journalistinnen und Journalisten sind dort, wo Demokratie gelebt wird. Sie stellen Fragen, recherchieren gründlich und sorgen dafür, dass wichtige Themen nicht im Verborgenen bleiben. Gerade in Zeiten von Fake News und Desinformation ist diese Arbeit unverzichtbarer denn je.

Bei Ihrem Rundgang durch unser Druckzentrum erleben Sie hautnah, wie die redaktionellen Informationen verarbeitet und aus digitalen Daten mithilfe modernster Drucktechnologie täglich Hunderttausende von Zeitungsexemplaren entstehen – jedes einzelne davon ein wichtiger Baustein für eine informierte demokratische Gesellschaft. Sie sehen mit eigenen Augen, wie Tradition und Innovation Hand in Hand gehen, um die Grundlagen unserer freien Gesellschaft zu stärken.

In dieser Besucherzeitung „Aschendorff kompakt“ haben wir für Sie die wichtigsten Informationen über unser Medienhaus, über unsere journalistische Arbeit und die faszinierende Welt des modernen Zeitungsdrucks zusammengestellt. Entdecken Sie mit uns, wie wir täglich dafür arbeiten, Sie verlässlich und kompetent zu informieren.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Führung durch unser Druckzentrum sowie viel Freude beim Lesen dieser Besucherzeitung!

Herzliche Grüße

[Handwritten signatures of Dennis Hagen, Dr. Eduard Hüffer, Dr. Benedikt Hüffer, and Marc Zahlmann]



Information auf allen Kanälen

Seit über 300 Jahren dem Worte verpflichtet ...

Bei Aschendorff gibt es Information auf allen Kanälen: ob gedruckt auf Papier, digital bereitgestellt im Internet oder unterwegs auf dem Mobiltelefon und dem Tablet. Die Unternehmensgruppe ist in der Region der führende Anbieter von Inhalten, Medien und Dienstleistungen.



Zeitungen

Mit insgesamt 17 verschiedenen Lokalausgaben sind die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung/Grevener Zeitung die auflagenstärksten Werbeträger in Münster und im Münsterland.



Bücher

Die Geschichte des Buchverlags reicht zurück bis in die Zeit vor 1720. Zurzeit sind über 4000 Titel lieferbar. Jährlich werden etwa 100 neue Veröffentlichungen vorgelegt, dazu kommen etwa 40 Neuauflagen.



Magazine

Das zielgruppenspezifische Münsterland-Magazin erreicht elfmal im Jahr die Menschen, die Münster und das Münsterland lieben. In Print und mit digitaler Begleitung.



Webseiten und Nachrichtenportale

Mit wn.de und mz.ms verfügt Aschendorff über die reichweitenstärksten Nachrichtenportale im Münsterland. Nachrichten, Sport, Fotos und Videos aus der Region, angereichert mit nationalen Nachrichten bieten den Nutzern Rundum-Informationen.



Elektronische Zeitung

Seit 2012 gibt es die gedruckte Tageszeitung auch in digitaler Form. Als Eins-zu-eins-Abbildung der Printausgabe und mit weiteren Funktionen kann das ePaper sowohl über die Webseite als auch über eine spezielle ePaper-App aufgerufen werden.



News-Apps

Überall, individuell und ausgewählt: Mit der News-App für Smartphone und Tablet sind die Nutzer immer näher dran am Geschehen in Münster und der Region. Push-Mitteilungen bringen die wichtigsten Nachrichten direkt zu ihnen.



Social Media

Zu den sozialen Medien wie Instagram und Facebook bekommen die Follower täglich Nachrichten geteilt. Neben den Inhalten, die es auch auf wn.de gibt, werden zum Beispiel durch Videos spannende weitere Einblicke in Geschehnisse gezeigt.

Unter der Dachmarke Aschendorff – symbolisiert durch den großen Buchstaben „A“ – sind alle Geschäftsbereiche der Unternehmensgruppe vereint. | Foto: Wilfried Gerharz

Ausführliche Informationen zu unseren Produkten finden Sie unter: www.aschendorff.de

Information auf allen Kanälen: ob gedruckt auf Papier, digital bereitgestellt im Internet oder auf dem Mobiltelefon und dem Tablet. Die Unternehmensgruppe Aschendorff mit Ihren Premium-Marken „Westfälische Nachrichten“ und „Münstersche Zeitung“ sowie dem weltweit anerkannten Druckzentrum ist in der Region der führende Anbieter von Inhalten, Medien und Dienstleistungen. Wer in Münster und dem Münsterland auf dem Laufenden bleiben möchte oder einen professionellen Partner zur Umsetzung seiner Projekte im Medienbereich sucht, der ist bei Aschendorff an der richtigen Adresse.

Hier vereinen sich Tradition und Visionen: Seine Kraft und Stärke bezieht das Unternehmen aus einer Kombination von langjähriger Erfahrung mit konsequenter Zukunftsorientierung.

»Seine Kraft und Stärke bezieht das Unternehmen aus einer Kombination von langjähriger Erfahrung mit konsequenter Zukunftsorientierung.«

Ein ausgeprägtes Bewusstsein für die mehr als 300-jährige Geschichte bestimmt die Geschäftspolitik ebenso wie ein klarer Blick für die Anforderungen an ein modernes Medienhaus. So widmet sich das Familienunternehmen nun schon in der neunten Generation mit Leidenschaft, Kompetenz und Verantwortung der Herausgabe von Zeitungen, Büchern und Zeitschriften, der Herstellung verschiedenster Druck-Erzeugnisse und digitaler Produkte sowie der Erfüllung von Kundenwünschen auf höchstem Niveau.

Mit seinem Druckzentrum verfügt Aschendorff über einen tragenden Geschäftsbereich, der auf besondere Art und Weise die Verbindung von Tradition und Modernität repräsentiert: Durch das wiederholt sehr gute Abschneiden beim

„International Newspaper Color Quality Club“ hat sich Aschendorff den Titel des Weltmeisters im Zeitungsdruck erarbeitet.

Das Zentrum der Aktivitäten befindet sich im Gewerbegebiet „An der Hansalinie“ in Münster-Mecklenbeck, wo das im Jahr 1984 erbaute Druckzentrum zur neuen Unternehmenszentrale ausgebaut wurde. Daneben verfügt Aschendorff über zahlreiche weitere Standorte.

Die Zeitungstradition begann bei Aschendorff im Jahr 1762 mit der Herausgabe des „Münsterischen Intelligenzblattes“ und fand ihre Fortsetzung 1852 mit der Gründung des „Münsterischen Anzeigers“. Dieser ging schließlich in den Westfälischen Nachrichten auf, die 2021 ihr 75-jähriges Bestehen feiern. Die Geschichte des Buchverlages reicht sogar zurück bis in die Zeit vor 1720.

Fortschritt gehört bei Aschendorff zur gelebten Tradition: Schon immer haben die Unternehmer an der Spitze des inhabergeführten Betriebes die Zeichen der Zeit erkannt und ihre Aktivitäten danach ausgerichtet. Aschendorff ist fit für die Zukunft. Schon zu Beginn des digitalen Zeitalters wurde die Weiterentwicklung des traditionsreichen Buch- und Zeitungsverlages zu einem modernen Medienunternehmen mit einem vielfältigen Angebot an Inhalten, Produkten und Dienstleistungen in Gang gesetzt.

Durch den konsequenten Aufbau neuer Geschäftsfelder wurden weitere tragende Pfeiler

»Fortschritt gehört bei Aschendorff zur gelebten Tradition.«

errichtet, die in Zukunft die positive Entwicklung der gesamten Unternehmensgruppe sichern.

Auf drei Säulen steht der Erfolg von Aschendorff. Ein Pfeiler besteht in der Festigung

und im Ausbau des Kerngeschäfts im Bereich der Medienmarken. Hier finden sich mit den Westfälischen Nachrichten und der Münsterschen Zeitung/Grevener Zeitung starke Marken im Portfolio, die unter der Dachmarke „Aschendorff Medien“ zu einer starken Einheit mit vielfältigen Möglichkeiten gebündelt werden.

Eine zweite Säule bildet die Diversifikation des Unternehmens durch den Auf- und Ausbau verschiedener digitaler Plattformen für Information, Service und Unterhaltung. Dazu zählen mit wn.de und mz.ms vor allem die reichweitenstärksten Nachrichten-Portale der Region. Daneben etablieren sich zunehmend weitere zielgruppenspezifische Angebote wie beispielsweise die Rubrikenmärkte karriere.ms, trauer.ms und flohmarkt.ms erfolgreich am Markt. Mit dem Geschäftsbereich Aschendorff NEXT beteiligt sich das Unternehmen an innovativen, digitalen Geschäftsmodellen.

Einen dritten Pfeiler stellt das Angebot von Dienstleistungen und Services für andere Unternehmen und die gesamte Druck- und Medienbranche dar. Hier sind u. a. Druck- und Logistikdienstleistungen für die Partner der Zeitungsgruppe Münsterland und viele weitere Kunden zu nennen.

Vereint sind alle Geschäftsbereiche unter der Dachmarke Aschendorff: Die Unternehmensgruppe bürgt für Fortschritt und Zuverlässigkeit ebenso wie für Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Professionalität. Sie bekennt sich zu christlichen Grundwerten und der freiheitlich-demokratischen Grundordnung. Sie steht auch für Teamgeist und soziale Verantwortung. Von diesen grundlegenden Eigenschaften profitieren die Kunden in allen Sparten der Unternehmensgruppe. Was alle Aktivitäten von Aschendorff in ihrer Vielfalt und Komplexität vereint, kommt auch im Leitspruch des Unternehmens zum Ausdruck: „Dem Worte verpflichtet.“

Visionen und ganz viel Mut

Das erste Verlagshaus in der Bergstraße 5 in Münster. Hier hat alles begonnen. Das Verlagshaus ist das zweite Haus von rechts.
| Fotos: Aschendorff

Anton Wilhelm Aschendorff schuf das Fundament des heutigen Medienhauses

Die Geschichte der Unternehmensgruppe Aschendorff reicht bis in die Zeit vor 1720 zurück, als Wilhelm Aschendorff, Buchbinder von Beruf, seinem erlernten Handwerk nachging und daneben einen Buchladen in der Bergstraße in Münster besaß. Dort verkaufte er die ortsüblichen Schul-, Gesang- und Gebetsbücher, Schreib- und Schulmaterial und offerierte zugleich Verlagswerke, die er bei anderen Druckereien herstellen ließ.

Im Jahr 1720 übernahm sein gleichnamiger Sohn das Geschäft, weitete es erheblich aus und schuf damit das Fundament des heutigen Medienhauses. Gemeinsam mit seinem Sohn Anton Wilhelm führte er ab 1762 auch eine eigene Druckerei. Mit der Herausgabe der „Münsterischen Staatsrelation“ begründete Anton Wilhelm um das Jahr 1750 die Tradition von Aschendorff als Zeitungsverlag. Dieser Publikation folgte ab dem Jahr 1763 das „Münsterische Intelligenzblatt“.

Anton Wilhelm Aschendorff, 1775 zum Universitätsbuchdrucker ernannt, legte den Grundstein für die Tradition Aschendorffs als wissenschaftlicher Buchverlag, die bis heute andauert. Johann Hermann Hüffer gab den Anstoß zur Gründung einer neuen Zeitung, die 1852 von seinem Sohn Eduard mit dem „Münsterischen Anzeiger“ in die Tat umgesetzt wurde. Dieser bildet bis heute den Kern der Hauptausgabe der Westfälischen Nachrichten.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wuchs die Auflage des „Münsterischen Anzeigers“ beträchtlich – von 5 800 (1883) auf 34 400 (1911). Zwischen

1913 und 1915 wurde hinter dem Hauptbahnhof an der Gallitzinstraße, der heutigen Soester Straße, ein großzügiges Verlagsgebäude errichtet.

Die Blütezeit Aschendorffs wurde in den 1930er Jahren allerdings durch die politische Einflussnahme des NS-Regimes gebremst. 1937 musste die Zeitung nach massivem Druck der lokalen NSDAP an eine der Partei nahestehende Organisation

Um 1750 wurde die Tradition Aschendorffs als Zeitungsverlag begründet.

abgetreten werden. Druckhaus und Buchverlag verblieben Aschendorff, wurden jedoch durch Benachteiligungen bei der Papierzuteilung behindert. Schwere Kriegszerstörungen taten ihr Übriges dazu, dass die Substanz des Hauses Aschendorff am Ende des Zweiten Weltkrieges fast komplett in Schutt und Asche lag.

Doch wie überall in Deutschland, so begann auch in Münster und bei Aschendorff nach dem Krieg der Wiederaufbau. Und so erschien am 3. August

1946 die erste Ausgabe der „Westfälischen Nachrichten“. Die Zeitung wurde zunächst in dem von Kriegszerstörungen verschont gebliebenen Druckhaus Holterdorf in Oelde und ab September 1949 im eigenen Druckhaus in Münster gedruckt.

Seit 1950 arbeiten die WN mit den ZENO-Verlagen (Zeitungsverlagsgesellschaft Nordwestdeutschland) zusammen. Heute erreicht dieser Verbund eine Auflage von rund 200 000 Exemplaren und trägt den Namen Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM).

In den 1960er Jahren entstanden an der Soester Straße großzügige Erweiterungsbauten für Technik, Redaktion und Verwaltung. Ende der 1970er Jahre waren die Erweiterungsmöglichkeiten in der Innenstadt ausgeschöpft. Als Standort für ein neues Druckzentrum wurde das gerade erschlossene Gewerbegebiet „An der Hansalinie“ in Münster-Mecklenbeck auserkoren. Am 29. März 1984 wurde der erste Abschnitt – Zeitungsrotation und Versandland – eingeweiht. Seither werden dort die WN und viele andere Produkte gedruckt. Zwischen 2008 und 2010 wur-

de die Unternehmenszentrale schrittweise vom Stammhaus an der Soester Straße an den Standort „Hansalinie“ verlegt.

Im Jahr 1999 übernahmen Dr. Benedikt Hüffer und Dr. Eduard Hüffer die Leitung der Unternehmensgruppe. Auf der stabilen Grundlage modernster technischer Anlagen treiben sie die strategische und organisatorische Weiterentwicklung des Unternehmens von einem reinen Zeitungs- und Buchverlag zu einer modernen Unternehmensgruppe mit einem vielfältigen Angebot von Produkten und Dienstleistungen voran. Beim Aufbau neuer Geschäftsfelder spielt die Konzeption und Vermarktung digitaler Informationsangebote eine entscheidende Rolle: 2007 starteten die Westfälischen Nachrichten ihr Nachrichtenportal wn.de, das sofort die Rolle als regionaler Marktführer übernahm.

Heute fußt der Erfolg des Unternehmens auf drei tragenden Säulen: dem Kerngeschäft im Printsektor, dem Aufbau und der Vermarktung digitaler Informationsangebote und der Bereitstellung professioneller Dienstleistungs- und Vermarktungsangebote.



Geschichte im Überblick

Fortschritt und Tradition

Ein ausgeprägtes Bewusstsein für die über 300-jährige Geschichte bestimmt die Aktivitäten der Unternehmensgruppe Aschendorff ebenso wie ein klarer Blick für die Anforderungen an ein modernes Medienunternehmen.

1720 Eröffnung eines Buchladens und Herausgabe erster Verlagswerke

1750 Herausgabe der ersten Zeitung „Münsterische Staatsrelation“

1762 Aschendorff übernimmt die Nagelsche Hofdruckerei und verfügt damit erstmals über eine eigene Druckerei

1763 Herausgabe des „Münsterischen Intelligenzblattes“

1786 Aschendorff wird als Universitätsbuchdruckerei zugelassen

1852 Gründung des „Münsterischen Anzeigers“ durch Eduard Hüffer

1913–1915 Bau eines neuen Verlagsgebäudes an der Gallitzinstraße



1925 Der „Münsterische Anzeiger“ eröffnet seine Geschäftsstelle am Prinzipalmarkt 13–14. Diese Adresse ist noch heute die Anlaufstelle für WN-Leser

1937 Enteignung des Zeitungsverlages und zunehmende Behinderung des Buchverlages durch die Nationalsozialisten

1943–1945 Das Verlagshaus an der Soester Straße wird bei Luftangriffen fast vollständig zerstört

1946 Am 3. August 1946 erscheint die erste Ausgabe der „Westfälischen Nachrichten“, die ab 1949 im eigenen Druckhaus in Münster gedruckt werden können



1950 Zusammenschluss der WN mit weiteren Heimatverlagen zur „Zeitungsverlagsgesellschaft Nordwestdeutschland“ (ZENO), heute „Zeitungsgruppe Münsterland“

1984 Im Gewerbegebiet „An der Hansalinie“ in Münster-Mecklenbeck ein neues Druckzentrum eingeweiht

2001 Die 1984 errichtete MAN-Rotationsmaschine wird durch eine neue Rotationsmaschine der Firma WIFAG ersetzt, zeitgleich werden hochmoderne Ferag-Versandanlagen installiert

2007 Start des regionalen Nachrichtenportals wn.de, das schnell die Rolle des regionalen Marktführers einnimmt

2008–2010 Schrittweise Verlagerung der Unternehmenszentrale nach Münster-Mecklenbeck

2012 Seit Oktober werden alle WN-Lokalausgaben auch in digitaler Form als „ePaper“ angeboten

2014 Aschendorff fasst erfolgreich die Tageszeitungen „Westfälische Nachrichten“ und „Münstersche Zeitung“ zum neuen Angebot „Zeitungsgruppe Münster“ zusammen

2015 Aschendorff erweitert sein digitales Produktportfolio durch

eine News-App für Smartphones und Tablets

2016 Inbetriebnahme einer neuen Rotation der Firma Koenig & Bauer und Erweiterung der Versandlinie

2017 Das neue digitale WN-Archiv mit Hunderttausenden Zeitungsseiten ab dem Jahr 1946 geht an den Start

2018 Das neue Reichweitenportal msl24.de ergänzt das digitale Portfolio.

2019 Aschendorff und die Unternehmensgruppe Westfalen-Blatt in Bielefeld führen ihre Medienaktivitäten im Münsterland und in Ostwestfalen unter dem Dach der Westfälischen Medien Holding zusammen.



2020 Die Unternehmensgruppe Aschendorff feiert ihr 300-jähriges Bestehen.

Innovatives Medienhaus mit starker Tradition

Seit mehr als 300 Jahren steht das Familienunternehmen Aschendorff für Qualitätsjournalismus in der Region. Heute sind rund 1500 Beschäftigte in über 40 Berufen in der Unternehmensgruppe tätig.

Ob in der Redaktion oder der Werbevermarktung, in der Betreuung unserer digitalen Plattformen oder der IT, in der Logistik oder dem Marketing – so vielfältig wie unsere Produkte sind auch die Tätigkeitsfelder im Medienhaus Aschendorff. Als Arbeitgeber bietet die Unternehmensgruppe sowohl für Jobeinsteiger als auch -erfahrene eine Vielzahl an interessanten Aufgaben und reizvolle berufliche Herausforderungen. Auch Auszubildende und Dual Studierende finden unter den zahlreichen Angeboten bestimmt den passenden Startpunkt ihrer Karriere.

Wie die gesamte Medienwelt ist auch unser Unternehmen mitten in der Transformation: Produkte aus Papier werden weiterhin mit modernster Technik und effizienten Prozessen hergestellt und vertrieben. High-Tech im Maschinenbau, der journalistischen Produktion sowie in der IT hilft dabei, diese Aufgaben best-

möglich zu meistern und auf die Veränderungen im Markt dynamisch einzugehen. Immer beliebter werden daneben unsere digitalen Produkte: Via E-Paper, App und über unsere Nachrichtenportale finden der Content und unsere digitalen Werbeprodukte noch schneller den Weg zum Leser.

In dieser Zeit des Wandels kann sich das Medienhaus Aschendorff auf hochmotivierte Mitarbeitende verlassen. Sie

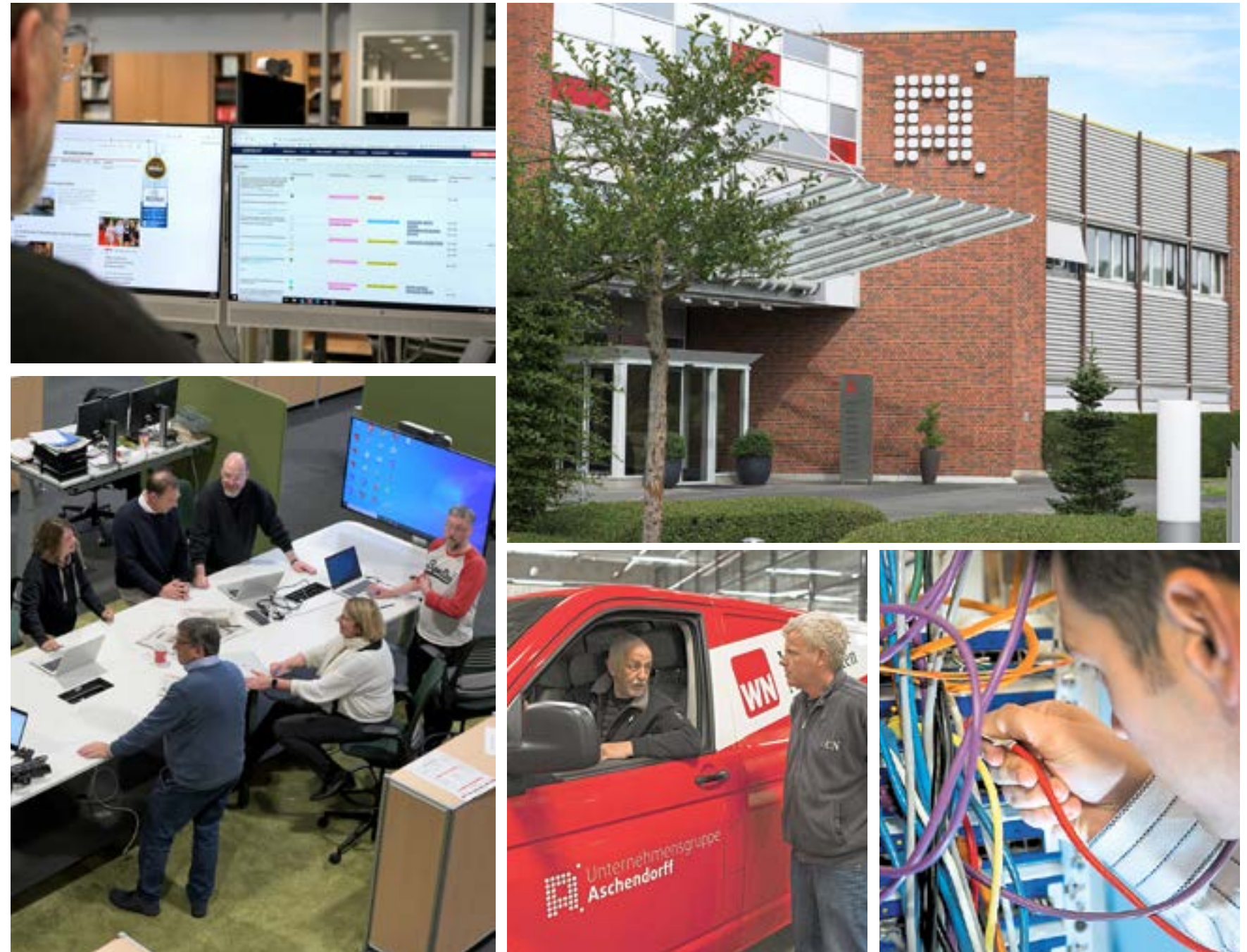
»Die Medienwelt im Münsterland mitgestalten.«

alle spüren, dass die Tätigkeit im journalistischen Umfeld nicht irgendein Job ist, sondern maßgeblicher Beitrag für das demokratische Miteinander.

Vertrauen, Respekt und Offenheit prägen dabei die Kultur im Unternehmen, sowie den Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern. Innovative Ideen werden strukturiert gefördert und auf Basis stetiger Weiterbildung in neue Produkte und Geschäftsmodelle übersetzt. Dies gelingt durch den individuellen Einsatz und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Was vor mehr als 300 Jahren begann, wird auch in Zukunft Bestand haben: Das Unternehmen Aschendorff und seine starken Marken stehen für die Verbreitung von lokalem und regionalem Content, aber auch Orientierung und Unterhaltung auf allen Kanälen.

| Fotos: Jürgen Christ, Gunnar A. Pier



Das bietet die Unternehmensgruppe Aschendorff außerdem:



Personalentwicklung & Weiterbildung

Die Digitalisierung und neue Technologien sorgen für einen kontinuierlichen Wandel in der Arbeitswelt, der für Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer neue Herausforderungen und sich verändernde Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen mit sich bringt. Deshalb wird in der Unternehmensgruppe Aschendorff traditionell viel Wert auf die stetige Weiterentwicklung gelegt. Neben internen Schulungs- und Förderprogrammen sowie den Angeboten externer Partner unterstützt Aschendorff auch private Weiterbildungen, die der beruflichen Tätigkeit förderlich sind (z. B. berufsbegleitendes Studium, Techniker-/Meisterkurse etc.).



Soziale Leistungen

Die interne Hauskasse, die seit weit über 130 Jahren als soziale Einrichtung zur Unternehmensgruppe gehört, bietet den Beschäftigten ein attraktives Leistungsangebot – wie Zuschüsse zu Sehhilfen, Zahnersatz und sogar zum Erholungsurlaub. Darüber hinaus gibt es eine zur Hälfte durch den Arbeitgeber finanzierte Gemeinschaftskasse. Sie dient dazu, Betriebsangehörigen und Ehemaligen bei freudigen und traurigen Anlässen die Anteilnahme der gesamten Betriebsgemeinschaft in Form von Geldgeschenken oder Kränzen zum Ausdruck zu bringen. Durch eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge ermöglicht Aschendorff seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ferner, die Weichen für ein finanziell abgesichertes Leben nach der Berufstätigkeit zu stellen.



Vergünstigungen

Die Unternehmensgruppe Aschendorff bietet ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verschiedenste Zusatzleistungen an. So erhalten Beschäftigte vergünstigte Abonnements der digitalen und gedruckten Tageszeitung



Mobilität

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die den Arbeitsweg mit öffentlichen Verkehrsmitteln bestreiten, haben die Möglichkeit, über das Unternehmen ein Job-Ticket/Deutschland-Ticket der Stadtwerke Münster zu bestellen. Das Ticket ist im Vergleich zu frei verkäuflichen Monatskarten deutlich günstiger. Es gilt in allen Bussen und Nahverkehrszügen und kann selbstverständlich auch in der Freizeit genutzt werden. Darüber hinaus bietet die Unternehmensgruppe für alle Mitarbeitenden Fahrradleasing sowie Lademöglichkeiten für private Elektroautos am Hauptstandort an.



Attraktives Arbeitsumfeld

Aschendorff bietet den Beschäftigten flexible und lebensphasenorientierte Arbeitszeitmodelle sowie ein modernes Arbeitsumfeld. Im Medienhaus an der Hansalinie steht den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zudem ein Betriebsrestaurant zur Verfügung, das neben dem Mittagessen mit vielfältigen Angeboten, saisonalen Salaten, wechselnden Desserts und Tagessuppen auch Frühstück anbietet. Ein Kaffeeautomat und verschiedene Snackautomaten runden das Angebot ab.

Thema Tageszeitung

Ein Kompass mit Reichweite

Das Medium Zeitung bleibt
erfolgreich und jung -
sowohl in gedruckter als auch in
digitaler Form



| Foto: iStock.com/kupicoo

Die erste Tageszeitung ist vor fast 375 Jahren erschienen, die Westfälischen Nachrichten feiern 2021 ihren 75. Geburtstag – bemerkenswerte Daten, keine Frage. Aber: Die Tageszeitung ist ein, ist das Traditionsmedium schlechthin, ohne dabei aber in die Jahre gekommen zu sein. Ihre Geschichte ist faszinierend, sie ist bewegt, vor allem aber ist sie erfolgreich.

Die Zeitung hat ihren festen und unverzichtbaren Platz im Alltag der Kunden, der Leserinnen und Leser.

Die erste Tageszeitung ist vor fast 375 Jahren erschienen, die Westfälischen Nachrichten feierten 2021 ihren 75. Geburtstag – bemerkenswerte Daten, keine Frage. Aber: Die Tageszeitung ist ein, ist das Traditionsmedium schlechthin, ohne dabei aber in die Jahre gekommen zu sein. Ihre Geschichte ist faszinierend, sie ist bewegt, vor allem aber ist sie erfolgreich.

Besonders die Regionalzeitungen spielen eine zentrale Rolle, da sie sich intensiv mit den Belangen der Menschen vor Ort auseinandersetzen und eine enge Verbindung zu ihrer Leserschaft pflegen. Neben lokalen Inhalten bieten sie umfassende Berichterstattung und Analysen zu nationalen und internationalen Themen. Diese Vielseitigkeit macht sie zu einem unverzichtbaren Medium, das trotz ihres „hohen Alters“ eine stetig wachsende Nachfrage und Reichweite erlebt. Die Zeitungen sind lebendig geblieben, haben sich an veränderte Lesegewohnheiten angepasst und fungieren für Millionen Menschen in Deutschland als unverzichtbare Orientierungshilfe in einer Welt voller Informationen. Aktuell liegt die Reichweite gedruckter Zeitungen in Deutschland bei 55,3 Prozent, was bedeutet, dass über 39 Millionen Menschen regelmäßig eine Zeitung lesen, sei es täglich oder wöchentlich. Regionalzeitungen, die per Abonnement bezogen werden, stellen mit einem Anteil von 48,3 Prozent die größte Gruppe dar.

In den letzten 15 Jahren haben sich Zeitungen durch die Digitalisierung deutlich weiterentwickelt, insbesondere als Reaktion auf die zunehmende Nutzung von Smartphones. Sie bieten mittlerweile eine breite Palette digitaler Nachrichtenplattformen an. Diese crossmedialen Angebote finden in der Bevölkerung weiterhin großen Anklang: Mit einer Kombination aus Print- und Digitalformaten erreichen die Verlage, die sich zu modernen Medienhäusern gewandelt haben, 81,2 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung. Auch im Internet sind die Online-Plattformen der Zeitungen die wichtigste Quelle für lokale und regionale Nachrichten.

Durch diese Entwicklung konnten regionale Abonnementzeitungen ihre führende Rolle als Nachrichtenquelle auch in der digitalen Ära erfolgreich behaupten. Sie haben ihren festen Platz im Alltag der Menschen, wo sie als essenzieller Bestandteil des täglichen Lebens wahrgenommen werden.

Die besondere Stärke der Regionalzeitungen liegt in ihrer Nähe zu den Menschen und den Themen, die sie wirklich bewegen. Die Westfälischen Nachrichten berichten nicht nur über nationale und internationale Ereignisse, sondern legen einen besonderen Fokus auf lokale Geschehnisse. Sie fungieren als eine Art Kompass, der den Lesern hilft, die Entwicklungen in ihrer unmittelbaren Umgebung zu verstehen und einzuordnen. Ob politische Entscheidungen, wirtschaftliche Veränderungen oder kulturelle Veranstaltungen – die Zeitung liefert die relevanten Informationen, die das Leben in der Region prägen.

Gleichzeitig erweitern die Regionalzeitungen ihre Reichweite durch die Kombination von Print und digitalen Angeboten. Viele Leserinnen und Leser schätzen es, sowohl die gedruckte Ausgabe als auch die Online-Version der Westfälischen Nachrichten zu nutzen. Dies ermöglicht ihnen, jederzeit und überall auf fundierte Informationen zurückzugreifen, ohne dabei die Verlässlichkeit und Tiefe der Berichterstattung zu verlieren, die sie von ihrer Tageszeitung gewohnt sind.

| Quellen: ZMG „Zeitungsqualitäten 2024“, BDZV „Die deutschen Zeitungen in Zahlen und Daten 2024“, ma Presse 2019 II



Vektorgrafiken | Quelle:
ProStockStudio/Shutterstock.com;
| Figuren oben: Daraanja/
Shutterstock.com

Konstant begehrt

Deutschland ist ein Zeitungsland. Seit mehreren Jahrhunderten versorgt dieses Medium die Menschen mit aktuellen Nachrichten, mit Fakten, Zahlen, Hintergrundberichten. Das breite Spektrum dieses Informationsangebotes erfreut sich einer nahezu ungebrochenen Beliebtheit – insbesondere die Regionalzeitung steht bei den Menschen in Deutschland hoch im Kurs.

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Drei von fünf Deutschen über 14 Jahren lesen täglich eine Zeitung. Sie bescheren den lokalen und regionalen Abonnementszeitungen nicht nur rund 53,8 Millionen Leserinnen und Leser und fast 76,8 Prozent Reichweite in der Bevölkerung. Sie zeigen auch die Bedeutung, die die Menschen diesem Medium gerade auch in Zeiten größerer medialer Konkurrenz beimessen. Die Deutschen haben die Wahl zwischen vielen verschiedenen Tageszeitungstiteln mit einer Gesamtauflage von 11,72 Millionen verkauften Exemplaren im zweiten Quartal 2022.

Eine schöne Erfolgsgeschichte. Die regionale Zeitung als Marke ist seit Jahrzehnten dort angekommen, wohin sich eigentlich jede Marke gern träumt: im Alltag ihrer Kunden. Als quasi unverzichtbarer Bestandteil des Alltags. Mitten im Leben. Die Zeitung erzählt Geschichten aus dem unmittelbaren Lebensumfeld, schreibt über Menschen und Orte, die man kennt, spricht die Sprache, die man versteht. Nähe ist die magische Zauberformel, sowohl in räumlicher als auch in emotionaler Hinsicht. Und diese Nähe schafft Vertrauen, Glaubwürdigkeit. Eine Glaubwürdigkeit, die bei der Regionalzeitung über Jahrzehnte unerreicht hoch ist, trotz wachsender Konkurrenz durch immer neue publizistische Marktbegleiter. Bei der Frage nach der Glaubwürdigkeit unterschiedlicher Medien rangieren die regionalen Tageszeitungen unangefochten auf dem ersten Platz vor dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen, dem öffentlich-rechtlichen Hörfunk und dem Internet. Der Regionalzeitung glauben die Menschen. Mehr als dem Fernsehen, mehr als dem Radio und auch mehr als dem Internet.

Die Zeitung guckt eben genauer hin, die Journalistinnen und Journalisten schreiben, was sie sehen. In Politik, Wirtschaft, im Sport, der Kultur, im Lokalen. Und die Zeitung kümmert sich um die christlich-jüdische Werte-Kultur, die unserer Gemeinschaft als Fundament dient. Während sich andere Medien mit Vorliebe den Minderheiten verschreiben und rauf und runter über Exotisches referieren – die Regionalzeitung berichtet über den Erntedankgottesdienst in der Pfarrkirche und über die Konfirmation im

evangelischen Gemeindehaus. Sie versteht sich als Hüter und Transporteur elementarer Werte, die unsere Gesellschaft zusammenhalten. Quotengetriebener Boulevard-Journalismus ist nun einmal nicht Sache der Regionalzeitung.

Die regionale Tageszeitung vermittelt relevante Lebenshilfe und Lebenswirklichkeit. Es geht, wie schon gestern, auch heute und morgen darum, redaktionelle Qualität mit regionaler Kompetenz zu verknüpfen. Vertrauen und Nähe organisieren, die Verknüpfung mit den Menschen schaffen. Die Zeitung muss verlässlich berichten, kritisch kommentieren, ihre Rolle als Kontrollinstanz leben. Die Qualitätstageszeitung unterscheidet sich von den ausufernden Internetformen und -inhalten vor allem durch

Die Zeitung muss verlässlich berichten, kritisch kommentieren, ihre Rolle als Kontrollinstanz leben.

die geprüfte Qualität ihrer Inhalte und vor allem auch durch die Einhaltung journalistischer Ethikregeln.

Die Zeitung unterscheidet sich damit grundlegend von anderen Medien, insbesondere vom privaten Fernsehen mit den Reality-Shows, den Doku-Soaps, dem Casting-Wahn und dem Dschungel-Camp, diesen Resozialisierungsshow für abgehalfterte TV-Stars und B-Promis. Das Fernsehen wird mehr und mehr zur Entertainment-Veranstaltung, Niveau- und Geschmacklosigkeit inbegriffen. Wir, die Zeitungsmenschen und Zeitungsmacher, halten mit einem seriösen Nachrichten-Geschäft dagegen.

Nach wie vor erreichen die Zeitungen mit diesem Konzept nahezu alle gesellschaftlichen Gruppen: junge und ältere Menschen, Männer und Frauen, Einkommensstarke und Einkommensschwächere, höher und auch weniger hoch Gebildete. Und die Menschen investieren trotz der wachsenden Zahl medialer Konkurrenzangebote noch immer viel Zeit in die Lektüre ihrer Zeitung: durchschnittlich 35 Minuten täglich. 71 Prozent der Leserinnen und Leser lesen mindestens die Hälfte ihrer Tageszeitung. Dabei las-

sen sich 73 Prozent beim Lesen nicht ablenken, sondern lesen konzentriert die Zeitung.

Also alles in bester Ordnung im deutschen Tageszeitungswesen? Natürlich nicht. Rückläufige Anzeigenmärkte und langfristig sinkende Abonnement- und Verkaufszahlen treiben den Zeitungsverantwortlichen zunehmend die Sorgenfalten auf die Stirn. Zum einen sind es sowohl globale als auch nationale ökonomische Entwicklungen, die die Medienhäuser vor neue Herausforderungen stellen, zum anderen die demografische Entwicklung und der scheinbar unaufhaltsame Siegeszug des Internets. Um das Medienbudget der Haushalte kämpfen heute so viele Angebote wie nie zuvor.

Und natürlich gibt es Nachwuchssorgen. Die jungen Leute neigen zu einem anderen Mediennutzungsverhalten als noch ihre Eltern: Fernsehen, Radiohören, Internet-Surfen und Computerspiele stehen in der Altersgruppe der Zwölf- bis 19-Jährigen hoch im Kurs, das Lesen einer Tageszeitung gehört nicht mehr zum Standard-Repertoire. Die Zeitungshäuser reagieren mit medienpädagogischen Schulprojekten und zum Beispiel mit täglichen Kinderseiten auf diese Entwicklung mit dem Ziel, die nachwachsende Generation für das Qualitätsprodukt Tageszeitung zu begeistern. Nicht nur Nachrichten aus aller Welt und aus dem lokalen Umfeld, auch Anzeigen sind in der Zeitung gewünschter und stark nachgefragter Lesestoff. Zeitungsanzeigen gelten als besonders glaubwürdig: während Werbung im Fernsehen (30 Prozent) und im Internet (24 Prozent) häufig als störend empfunden wird, stören sich nur neun Prozent der Bevölkerung über 14 Jahren an Werbung in der Tageszeitung.

In der Zeitung wird aus Werbung vertrauenswürdige Verbraucherinformation.

Vertrauen schaffen

Für Werbetreibende sind die Medien der Unternehmensgruppe Ashendorff die erste Adresse, wenn es um die erfolgreiche Platzierung ihrer Angebote geht: Gemeinsam mit ihren Partnern der Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM) stellen die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung den stärksten Werbeträger der Region dar. Mehr als 400 000 Menschen lesen täglich einen Titel des Verbundes. Diese Spitzenposition behaupten die Tageszeitungen auch im Online-Bereich: Mit wn.de und mz.ms betreiben sie die reichweitenstärksten Nachrichtenportale des Münsterlandes.



| Quelle: ZMG

Die Unternehmensgruppe Ashendorff ist mit ihren Medien und Dienstleistungsangeboten ein starker Partner der regionalen Wirtschaft: Handel, Gewerbe und Dienstleister finden hier kompetente Ansprechpartner, die gemeinsam mit ihren Kunden erfolgreiche Werbestrategien entwickeln und umsetzen. Dazu gehört heute die Anzeige in der Tageszeitung ebenso wie die Online-Werbung im Internet und die Direktwerbung.

Für Werbetreibende sind die Tageszeitungen die erste Adresse: Über 400 000 Menschen lesen täglich einen Titel der Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM). Laut Mediadaten 2024 erreichen die Titel der ZGM damit täglich im Durchschnitt 43,5 Prozent aller Menschen in der Region. In den Altersgruppen ab 40 Jahren hat die Zeitung sehr gute Reichweiten. Etwa die Hälfte aller Einwohner lesen die Tageszeitung regelmäßig.

Die Attraktivität und Glaubwürdigkeit der gedruckten Zeitung überträgt sich auch auf das Internet: Laut Goldmedia-Studie 2024 informieren sich 75 Prozent der Nutzer mindestens einmal täglich über online Nachrichten-Angebote. Die meisten Online-Leser nutzen

dabei die Portale der regionalen Zeitungen.

Aus der Verbindung von gedruckter Tageszeitung und digitalen Nachrichten-Portalen resultiert eine weitere Stärkung der regionalen Medienmarken als Informationsmedium Nummer 1: Laut einer repräsentativen Befragung des Kölner Meinungsforschungsinstituts „Delta Marktforschung“, das im Jahr 2016 eine groß angelegte und unabhängige Lesermarktstudie für die Titel Westfälische Nachrichten und Münstersche Zeitung durchgeführt hat, sind die Tageszeitungen von Ashendorff für 63 Prozent aller Einwohner des Münsterlandes ab 14 Jahren die mit Abstand wichtigste Informationsquelle, wenn es um Nachrichten und Neuigkeiten aus ihrem Wohnort oder den umliegenden Gemeinden und Städten geht. 56 Prozent der Bevölkerung lesen eines der Angebote von WN oder MZ mehrmals pro Woche.

Davon profitieren auch die Werbekunden: 43 Prozent der Leserinnen und Leser studieren gezielt die Angebote, die in der Zeitung beworben werden. Und 25 Prozent schauen zuerst in die Zeitung, bevor sie einkaufen gehen. Die durchschnittliche Lesedauer liegt mit 42 Minuten

Die Tageszeitung informiert glaubwürdig und ist eine feste Größe in der Region.

täglich von montags bis freitags und 55 Minuten am Wochenende deutlich über den Werten anderer Tageszeitungen.

Werbung in der Zeitung wirkt: Laut dem Bericht „Zeitungsqualitäten 2024“ (www.die-zeitungen.de) der Zeitungsmarketinggesellschaft (ZMG) beurteilen 77 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren die Anzeigen in der Zeitung als „glaubwürdig und zuverlässig“ und übertragen dieses Vertrauen auch auf die Werbetreibenden: „Geschäfte, die in der Zeitung werben, sind seriös“. Somit profitieren die Werbekunden von der

Für 76 Prozent aller Befragten ist die Tageszeitung unverzichtbar.

hohen Glaubwürdigkeit des Mediums Tageszeitung, die durch alle Altersgruppen hinweg gilt: Wie die „JIM-Studie“ des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (www.mfps.de) 2022 ermittelte, vertrauen beispielsweise 52 Prozent aller Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren stark der regionalen Tageszeitung. Sie bewerten die Tageszeitung im Hinblick auf ihr Vertrauen in dieses Medium mit der Schulnote 1 bzw. 2. Privaten Radiosendern vertrauen 46 Prozent der Jungen und Mädchen, dem Internet lediglich 15 Prozent.

Laut ZMG-Bevölkerungsumfrage 2024 halten 76 Prozent aller Befragten die Tageszeitung für „unverzichtbar“ und „sinnvoll für lokale und regionale Themen“. Jeweils um die 90 Prozent der Befragten meinen, dass die regionale Tageszeitung glaubwürdig ist und umfassend informiert; für 85 Prozent hat sie die Lokalpolitik im Fokus. 96 Prozent aller Befragten meinen, dass die Tageszeitung „eine feste Größe in der Region ist“. Für ihre Werbekunden bieten die Titel der

Zeitungsgruppe Münsterland einen kompletten Service von der Beratung über die Gestaltung bis hin zur Prüfung der eingehenden Daten.

Mit zahlreichen Sonderveröffentlichungen und Beilagen schafft die Anzeigenabteilung immer wieder eine neue Plattform für spezielle Zielgruppen: vom Freizeit- und

Werbung in der Zeitung wirkt.

Veranstaltungsmagazin über das Ausflugsjournal und die Automobil-Beilage bis hin zum Weiterbildungsmagazin. So platzieren Werbekunden ihre Angebote exakt dort, wo sie die größtmögliche Aufmerksamkeit erfahren. In Verbindung mit der Ashendorff Logistik bietet die Anzeigenabteilung den Werbekunden die Möglichkeit, ihre Prospekte und Beilagen auf Wunsch auch über den Abonnentenkreis der Zeitung hinaus verteilen zu können.

Mit einer verteilten Auflage von 400.000 Exemplaren wöchentlich erscheinen die Titel in weiten Teilen des Münsterlandes.

Kommentar

Fakten statt Fake-News

Medien-Konsum verändert sich einem in nie dagewesenem Tempo. Wenn Filterblasen statt Fakten dominieren, braucht es lokale Medien als Vertrauensanker in der Region. Mehr denn je.

Glaubwürdigkeit ist das wichtigste Kapital eines regionalen Medienhauses; sie fußt auf einer jahrelangen, vertrauensvollen Beziehung zu den Leserinnen und Lesern.

Laut „Reuters Digital News Report“ vertrauen 63 % der Deutschen regionalen und lokalen Tageszeitungen, was diese damit zu einer der vertrauenswürdigsten Nachrichtenquellen im Land macht.

Die Wahrheit ist aber auch: Das Vertrauen sinkt.

Algorithmusbasierte Desinformations-Kampagnen konkurrieren mehr und mehr mit seriös recherchierten Fakten. Was ist noch richtig, was falsch? Wer hat recht, wer unrecht? Lokalzeitungen – gedruckt, als ePaper oder App - müssen gerade im digitalen Zeitalter Halt und Orientierung geben, Hintergründe beleuchten, kommentieren, analysieren und erklären.

Zukunft zu gestalten heißt für ein Medienhaus wie Ashendorff, Leserbedürfnisse in den Fokus des eigenen Tuns zu rücken, auf die eigenen Stärken, vor allem die seriöse Recherche und die enge Beziehung zu den Menschen vor Ort, zu setzen. Außerdem gilt es, das Selbstverständnis als lokaler und regionaler Anbieter von Inhalten stetig weiterzuentwickeln, wie auch die Autoren eines Branchen-Whitepapers („Wie Verlage in der Region ihre digitale Zukunft gewinnen“) betonen: „Nicht ein einzelnes Produkt, die gedruckte Tageszeitung, definiert die Zeitung neuen Typs, sondern ihre Funktion als moderierender Kümmerer von Region und lokaler Gemeinschaft und als lokaler Lebensbegleiter für die und den Einzelnen“.

Beim Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen ist Vertrauen die entscheidende Währung. Darauf bauen wir. Heute und in Zukunft.



Carsten Voß
Chefredakteur
| Foto: Wilfried Gerharz

Lokaljournalismus in Zusammenarbeit –
sechs Partner ziehen an einem Strang

Zusammen für die Region

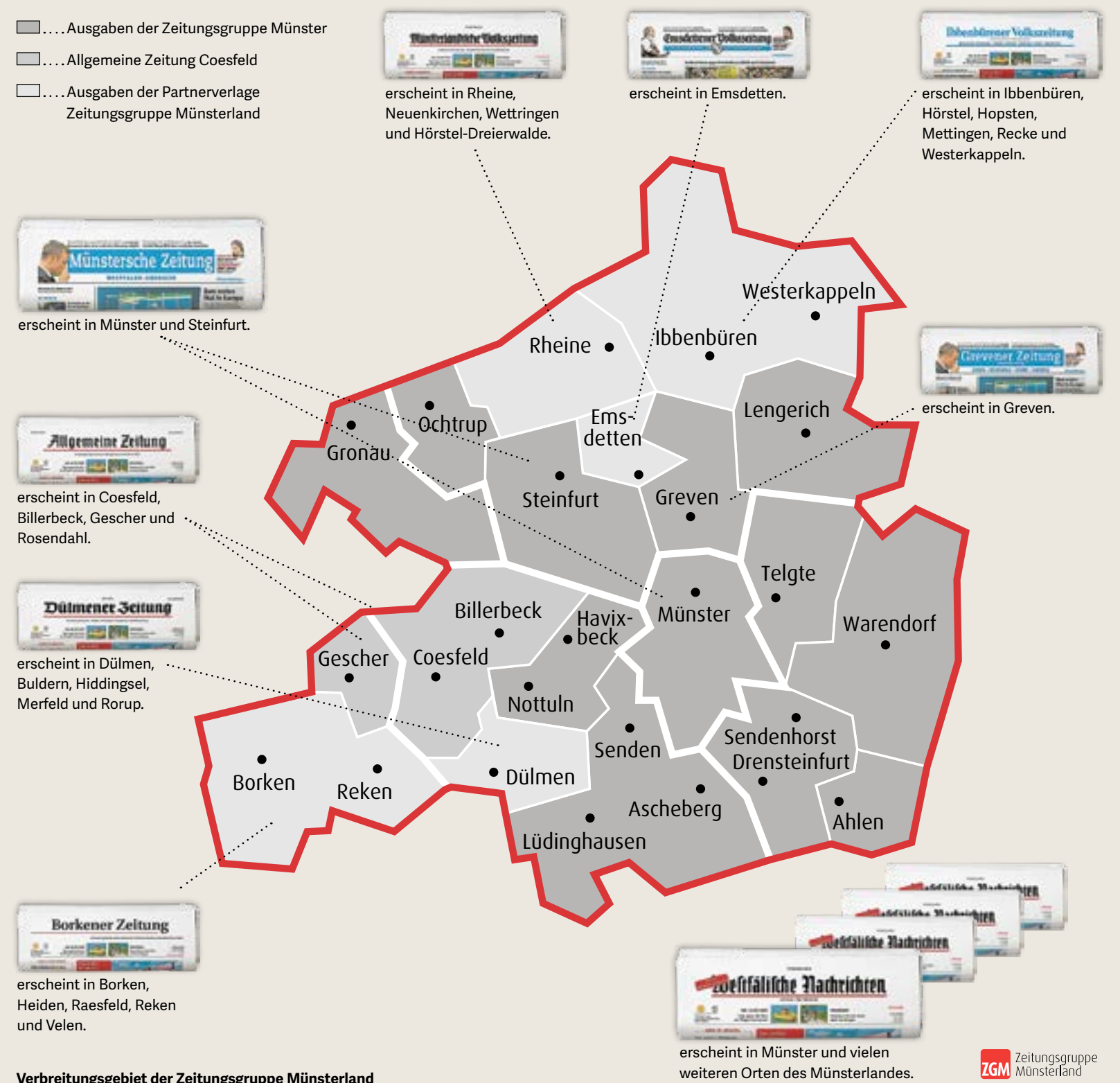
Lokalzeitungen haben eine Mission: Sie wollen die Menschen eines Dorfes, einer Gemeinde, einer Stadt und Region über das informieren, was in deren Nähe wichtig ist. Ganz gleich, ob es dabei um Sport, Bildung, Kultur, Handel, Handwerk, Industrie, Landwirtschaft, Soziales, gesellschaftliches Leben oder Politik geht – Redaktionen stellen Öffentlichkeit her, fragen nach, geben Akteuren eine Stimme, begleiten konstruktiv und kritisch das Geschehen. Sammeln, ordnen, bewerten, kommentieren – Tag für Tag.

Es gehört zum Markenkern der Westfälischen Nachrichten und der Münsterschen Zeitung, die sehr kleinteilige Struktur des Münsterlandes in einer Vielzahl von Lokalausgaben abzubilden. Ungeachtet einer journalistischen Distanz gilt die Regel, dass man ganz bewusst in der Region und für die Region, mit den Menschen und für die Menschen, die hier zu Hause sind, tätig ist. Die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung sind von Lengerich bis Lüdinghausen, von Gronau bis Warendorf mit 18 Lokalredaktionen im wahrsten Sinne vor Ort und stehen als Partner zur Verfügung. In mehr als 30 Geschäfts- bzw. Servicestellen der WN sowie bei vier Servicepartnern der MZ können sich darüber hinaus Abonnenten und Anzeigenkunden beraten lassen. Über ein so dichtes Netz verfügt kein ande-

res Medium im Münsterland. Redakteurinnen und Redakteure und freie Journalistinnen und Journalisten sind hier in einem ständigen Austausch, um in Wort, Bild und Video zu berichten. An einem einzigen Tag entstehen allein für die gedruckte Tageszeitung insgesamt weit über 100 Lokalseiten.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich von Redaktion, Vermarktung und Druck besteht schon seit vielen Jahren.

Und dies nicht getrieben von einem Selbstzweck. Auslöser ist das unverändert große Interesse der Menschen im Münsterland an lokalen und regionalen Informationen. Untersuchungen belegen, dass 94 Prozent der Leserinnen und Leser von WN und MZ vor allem den Lokalteil nutzen und nach regionalen Nachrichten Ausschau halten. Und dies trotz wachsender Mobilität, trotz des digitalen Informationsdschungels, trotz Facebook und Co. Lokal- und Regionálnachrichten kommen dabei heute nicht provinziell und staubig daher, sondern zeitgemäß gestaltet, gleichermaßen informativ und unterhaltsam. Regionales mit Relevanz trifft auf die größte Resonanz. Partnerschaften machen stark – auch in der Zeitungslandschaft. Deshalb haben sich die WN mit weiteren Partnern zur Zeitungsgruppe Münsterland (ZGM) zusammengeschlossen.



Gemeinsam sorgen die Verlage dafür, dass die Leserinnen und Leser eine qualitativ hochwertige Berichterstattung und die Werbekunden ein Portfolio von attraktiven Angeboten erhalten. Die erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich von Redaktion, Vermarktung und Druck besteht schon seit vielen Jahren: Bereits 1950 schlossen sich die beteiligten Partner zur „Zeitungsverlagsgesellschaft Nordwestdeutschland“ (ZENO) zusammen, die sich in den folgenden Jahren zur ZGM weiterentwickelte. Die Zentralredaktion der Zeitungsgruppe Münsterland erstellt für alle Partner den überregionalen Teil des Nachrichtenangebotes mit den Ressorts Politik, Sport, Wirtschaft, Kultur, Aus aller Welt und Service sowie die tägliche Kinderseite „Yango“. Die Lokalteile der einzelnen Titel werden direkt vor Ort von den jeweiligen Redaktionen

gefertigt und dann spätabends mit dem sogenannten Mantelteil digital zusammengefügt, ehe die komplette Zeitung dann im Druckzentrum Aschendorff produziert und anschließend in alle Orte ausgeliefert wird. Somit profitieren alle Leserinnen und Leser von der hohen Qualität der redaktionellen Arbeit und des Farbdrucks, für den Aschendorff bereits mehrfach international ausgezeichnet wurde. Ziel der Zusammenarbeit ist es darüber hinaus, allen Werbetreibenden, die in der Region auf ihre Angebote aufmerksam machen wollen, einen optimalen Service zu bieten: Dazu gehören die Verankerung in einem homogenen Wirtschaftsraum, eine hohe Auflage und eine überaus professionelle Kundenbetreuung. Die Zeitungsgruppe Münsterland überzeugt: Der Verbund erreicht eine samstägliche Gesamtauflage von circa 185 000 Exemplaren und macht die Titel der Gruppe zu den meistgelesenen im Münsterland. Zur ZGM gehören neben den Westfälischen Nachrichten die Allgemeine Zeitung Coesfeld, die Borkener Zeitung, die Dülmener Zeitung, die Emsdettener Volkszeitung, die Ibbenbürener Volkszeitung, die Münstersche Zeitung, die Grevenener Zeitung sowie die Münsterländische Volkszeitung. Gemeinsam mit der „Glocke“ in Oelde bilden die ZGM-Verlage außerdem die „Zeitungsgruppe Westfalen“, einen national tätigen Anzeigenverbund.

Partnerschaften machen stark – auch in der Zeitungslandschaft.

Angebote für jede Zielgruppe

Was vor über 300 Jahren begann, wird auch in Zukunft Bedeutung haben: Die Unternehmensgruppe Aschendorff steht für das gedruckte Wort, das Information und Wissen transportiert, aber auch für Orientierung und Unterhaltung.

Unser Angebot ist so vielfältig wie unsere Kunden

Lokal und regional relevante Inhalte

Digitale Angebote

Nachrichtenportale, ePaper, News-Apps, Facebook, Twitter, Instagram & Co.

Rubrikenmärkte

Immobilienmarkt, Kfz-Markt und Stellenmarkt – unsere Rubrikenmärkte bieten vielfältige Werbeformen im Print- und Onlinebereich.

Gedruckte Angebote

Lokale Tageszeitungen und Magazine

Das Unternehmen richtet sich konsequent an den Bedürfnissen seiner Kunden aus.

Aus seiner langjährigen Tradition und Erfahrung bezieht Aschendorff seine Visionen. Deshalb blickt das Unternehmen heute nicht nur zurück auf seine erfolgreiche Vergangenheit, sondern richtet sich konsequent an den Bedürfnissen seiner Kunden in den nächsten Jahren aus.

Dies kommt auch im formulierten Selbstverständnis zum Ausdruck: „Die von uns verbreiteten Worte in Form von Information, Unterhaltungs- und Edutainment-Angeboten fördern ein positives Fortkommen der Menschen, der Region und unserer Gesellschaft. Die Inhalte sind verlässlich und wahrhaftig. Unseren Werbepartnern bieten wir durch unsere breiten und zielgruppenspezifischen Contentangebote attraktive Möglichkeiten, sich dort gut sichtbar zu machen. Durch unsere Dienstleistungspakete rund um die Vermark-

tung bieten wir einen attraktiven Mehrwert“, heißt es dort. Dabei spielen die digitalen Medien natürlich eine zentrale Rolle: Sie stellen eine ideale Ergänzung des gedruckten Wortes dar und sorgen dafür, dass die Kunden ihre gewünschten Informationen und Angebote genau auf dem Wege erhalten, den sie in ihrer individuellen Lebenssituation bevorzugen. Deshalb setzt Aschendorff bei allen Medien, Produkten und Dienstleistungen für die Zukunft auf eine crossmediale Verbreitung und

Vermarktung, die eine jeweils bestmögliche Kombination aus gedruckten und digitalen Inhalten darstellt. In diesem Sektor verfügt das Unternehmen schon jetzt über reichlich Erfahrung: Im Jahr 1997 gehörte Aschendorff zu den ersten regionalen Medienhäusern, die ein Nachrichtenportal im Internet an den Start brachten. Seitdem hat Aschendorff in den verschiedensten Bereichen der Online-Medien seine Expertise unter Beweis gestellt: Neben dem Ausbau von wn.de als führendes regionales Nachrichtenangebot im Internet und den digitalen Rubrikmärkten für Immobilien, Kfz, Jobs, Kleinanzeigen und Familienanzeigen hat der Geschäftsbereich „Aschendorff NEXT“ (zuvor: Aschendorff Digital) verschiedene weitere zielgruppenspezifische Portale wie zum Beispiel pflege.de und sparen.de erfolgreich etabliert.

Und die Entwicklung schreitet weiter zügig voran: Die Unternehmensgruppe stellt immer wieder neue Produkte vor, die eine attraktive Verbindung und Ergänzung von gedruckten und digitalen Inhalten darstellen. Im Mittelpunkt steht dabei immer die lokale und regionale Kompetenz.

Kundenorientierung, Kreativität und Qualität: Diese Eigenschaften zeichnen alle Aktivitäten von Aschendorff aus. Um den Kunden eine umfassende Beratung und maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können, setzt die

Unternehmensgruppe auf die Erfahrung und das Know-how ihrer über 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie bilden zusammen mit modernsten technischen Anlagen und innovativen Methoden das Herzstück des Erfolgs.

Um diese Stärke zu bewahren und noch weiter ausbauen zu können, investiert Aschendorff viel in die Fort- und Weiterbildung seiner Belegschaft. Durch systematische und langfristige Programme wird die fachliche und persönliche Weiterentwicklung gefördert. Zusammen mit einem vielfältigen Tätigkeitsspektrum und einem modernen Umfeld sorgt dies dafür, dass Aschendorff zu den attraktiven Arbeitgebern der Region gehört.

Davon profitieren in erster Linie die Kunden, da sie in allen Bereichen auf kompetente und engagierte Ansprechpartner treffen.

Lokale und regionale Kompetenz stehen auch künftig im Mittelpunkt.

Vektorgrafik | Quelle: Route55/Shutterstock.com

yango kids



Kennst du Kalle? Kalle ist das Maskottchen unserer „Yango“-Seite.

Kalle

Schon gewusst ...?

... dass unsere tägliche „Yango“-Seite Infos für Eltern, Kinder und alle, die sich als Familie fühlen, bietet? Hier werden Themen aufgegriffen und erklärt. Die „Yango“-Spalte bezieht sich auf die nebenstehenden Artikel, enthält eure Witze und gibt jeden Tag ein neues Rätsel auf. Schau doch einfach mal in eure Zeitung!



Kennst du schon?

Johannes Gensfleisch von Sorgenloch: Das ist schon ein merkwürdiger Name. Ob sich das der Herr Gensfleisch von Sorgenloch auch gedacht hat? Jedenfalls gab er sich einen neuen Namen. Und den habt ihr bestimmt schon mal gehört: **Johannes Gutenberg**. Er lebte im 15. Jahrhundert in Mainz. Gutenberg war Buchdruckermeister. 1445 erfand er ein Druckverfahren mit beweglichen Lettern. Lettern sind Bleiplättchen mit einzelnen Buchstaben drauf. Seine Erfindung löste eine Medienrevolution aus. Auf einmal konnten schnell viele Produkte gedruckt werden.

Wusstest du ...?

... wo 1605 die erste Zeitung erschienen ist? Na, weißt du es? Das war schon mal eine 500 000-Euro-Frage beim Quiz „Wer wird Millionär“ mit Günther Jauch. Die erste Zeitung weltweit ist in **Straßburg im Elsass** erschienen und hieß **Relation**. Sie kam aber noch nicht täglich auf den Markt. Die erste Tageszeitung der Welt ist 1650 in Leipzig erschienen. Der Begriff „Zeitung“ stammt von dem mittelhochdeutschen Wort „zidunge“. Und das steht für Nachricht oder Botschaft.

Der Tagesablauf in der Redaktion

Immer die Uhr im Blick

Arbeit (fast) rund um die Uhr

| 06:30 Die Kolleginnen und Kollegen am Digitaldesk schalten das Licht in der Redaktion an. Zuerst sichten sie die Themen und Nachrichten, die in der Nacht aufgelaufen sind. Dann aktualisieren sie den laufenden Internet-Auftritt mit neuen Nachrichten und Hinweisen auf anstehende Termine.

| 09:00 Auch am Themendesk und am Printdesk beginnt die Arbeit. Erste Autoren und Editoren kommen ins Haus, besprechen die anstehenden Termine und geplanten Geschichten.

| 09:30 Die lokalen Autorentteams schalten sich unter Leitung des Themendesks zu einer Videokonferenz zusammen. Welche Themen sind heute relevant im Münsterland? Welche überregionalen Themen müssen auf die regionale oder lokale Ebene heruntergebrochen werden?

Zur selben Zeit werden am Printdesk die wichtigsten Themen der Nachrichtenagenturen und der Korrespondenten gesichtet und gewichtet.

| 10:00 Das zentrale Treffen, das „Daily“ startet. In dieser entscheidenden Konferenz wird das Nutzerverhalten der vergangenen 24 Stunden betrachtet. Die nötigen Erkenntnisse liefert das Audience Management, das die Kennzahlen permanent im Auge behält. Welche Konsequenzen sind zu ziehen; welche Themen müssen weiterverfolgt werden?

Die großen eigenen und zugeführten Schwerpunkte werden festgelegt, Arbeitsaufträge für die Autoren entwickelt.

| 13:45 Vertreter von Themendesk, Digitaldesk und Printdesk schalten sich kurz zusammen. Stimmt die Themenauswahl vom Morgen noch? Laufen alle Recherchen wie angestrebt? Sind große neue Themen aufgetaucht? Die kurze Absprache wird im Laufe

des Nachmittags und des Abends wiederholt, wenn es die Themelage erfordert.

| 14:00 Die Recherche läuft auf Hochtouren, Texte werden geschrieben und ins Netz gestellt. Gleichzeitig werden die Zeitungsseiten im Detail entworfen.

Parallel und in den nächsten Stunden werden Reportagen, Interviews, Nachrichten und Kommentare geschrieben, in den digitalen Kanälen veröffentlicht und am Printdesk auf die Zeitungsseiten gestellt. Zusätzliche Analysen und Informationsangebote wie Fotogalerien für die Online-Dienste entstehen.

| 19:15 Die erste Ausgabe des Printprodukts wird gedruckt. Es ist die Fassung, die anschließend den weitesten Weg vor sich hat. In der Urlaubszeit werden die Nordseeinseln beliefert; manche Exemplare werden mit der Post mehr oder

weniger weit transportiert, die Presse-Grossisten erhalten frühe Exemplare.

Derweil werden die Seiten für spätere Ausgaben weiter ergänzt und aktualisiert. Jetzt übernimmt der Spätdienst die Verantwortung. Absehbare Themen und Ereignisse des nächsten Tages werden besprochen. Die Seiten werden nochmals gelesen und auf Richtigkeit geprüft, insbesondere werden Ereignisse, ob lokal oder international, bei entsprechender Bedeutung aktuell ins Zeitungsprodukt eingebaut und in den Online-Auftritt integriert.

Auch nachdem die ersten Lokalausgaben schon gedruckt worden sind, wird weiter aktualisiert. Insbesondere späte Sportereignisse werden ins Blatt und in die Online-Dienste gehoben.

Aktualisiert werden auch die Ausgaben, die schon früher am Abend gedruckt wurden. Am frühen Morgen, lange vor der Frühschicht, finden die ePaper-Leser ihre aktuellen Ausgaben im

Netz – mit den Ergebnissen der Champions League und mit den letzten politischen Entwicklungen.

| 00:30 Rund 2000 Meldungen der Nachrichtenagenturen sind gelaufen und gesichtet worden, rund 7000 Fotos diverser Fotodienste sind über die Bildschirme gehuscht. Nicht mitgezählt die vielen Nachrichten und Fotos, die im Laufe des Tages von der Redaktion, den Fotografinnen und Fotografen und vielen freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Zeitungsgruppe Münsterland erarbeitet und für Veröffentlichungen geplant worden sind.

| 02:26 Die letzten Exemplare der Stadttausgabe Münster werden gedruckt. Noch vier Stunden, bis der Dienst am Digitaldesk wieder beginnt.

Um 15 Uhr werden in einer Konferenz die wichtigsten Themen des Tages diskutiert und erste Blicke auf die entstehenden Seiten geworfen.
| Foto: Jürgen Christ



Hier werden News verarbeitet

Am Nachrichtentisch laufen die Informationen aus der Region und der Welt zusammen

Hier werden die Nachrichten aus aller Welt verarbeitet.



Das Team der Mantelredaktion kümmert sich unter anderem um die Titelseiten der Zeitung.
| Foto: Jürgen Christ

Die Planung läuft auf Hochtouren am Newsdesk. „Gibt es heute noch einen Wechsel in der Bundesliga?“ Der zuständige Sportredakteur nickt. „Das kann ich aber erst heute Nachmittag endgültig sagen. Ich sage dann Bescheid“, lautet die Antwort während der Konferenz am Newsdesk.

Alle Informationen aus den Ressorts Politik, Westfalen, Wirtschaft, Sport, Kultur und Service laufen an diesem Tisch zusammen, dem Newsdesk der Zeitungsgruppe Münsterland, an dem die regionalen und überregionalen Inhalte der Mantelseiten und die Titelseiten der Verlage innerhalb der Zeitungsgruppe produziert werden. Eine besondere Aufmerksamkeit genießen natürlich die aktuellen Nachrichten aus den Lokalredaktionen im Verbreitungsgebiet. „Bekommen wir noch Bilder aus Sendenhorst?“, lautet schon die nächste Frage des Newsdesk-Chefs an die Kolleginnen und Kollegen des Regiodesks.

Seit mehr als 15 Jahren schlägt hier das mediale Herz der Westfälischen Nachrichten und der Zeitungsgruppe Münsterland. „Es war die Erkenntnis, dass die Welt auch nicht in Ressorts denkt und fühlt, die uns zur Einrichtung des Newsdesks und des Newsrooms motiviert hat“, sagt Dr. Norbert Tiemann, Chefredakteur der Zeitungsgruppe Münsterland. Dazu kamen die Anforderungen der digitalen Revolution, die auch und gerade die Mediennutzung der Menschen grundlegend verändert hat. Der Schritt von der klassischen Arbeitsweise einer Tageszeitungsredaktion hin zu dem modernen Newsroom war also quasi vorgegeben. „Wir wollten und müssen

Digitale Technologien machen Themen auf besondere Weise anschaulich und transportieren Emotionen.

schneller sein, um das Leben in allen Facetten und alle News in unseren Nachrichtenkanälen abbilden zu können“, sagt Tiemann weiter.

Sichten der Nachrichten aus aller Welt, die neuesten Entwicklungen im Dieselskandal oder der Unfall in Sendenhorst – am Newsdesk im Druck- und Medienzentrum in Münster-Mecklenbeck wird seitdem entschieden, welche Nachricht in welcher Größe auf die Seite kommt und welche Story die Online-Userinnen und -User interessiert. Bei der Organisation blieben die klassischen Ressorts erhalten.

„Nach dem ersten Sichten der Nachrichten müssen wir die Struktur der Zeitung festlegen und gewichten, was wichtig und was vielleicht belanglos ist“, beschreibt **Michael Giese**, Nachrichtenchef am Desk, das Vorgehen. Konkret bedeutet dies: Wer schreibt welchen Text? Welches Bild wählt die Redaktion für Seite eins aus? Und was wird heute Abend noch kommentiert? Jetzt schlägt die Stunde der Fachleute aus den klas-

sischen Ressorts Wirtschaft, Kultur, Sport und Service. „Ohne ihre Fachkompetenz, oft auch meinungsfreudig eingesetzt, verlören Zeitung und Online-Auftritt deutlich an Gewicht“, so **Giese** weiter. Ob Kommentar zur Entwicklung in der Türkei oder Abschied des Kapitäns aus der Nationalmannschaft – die Redakteurinnen und Redakteure telefonieren mit den Korrespondenten, schreiben selbst, kommentieren. Wichtig dabei immer der Blick auf die relevanten Nachrichten und Ereignisse im Münsterland. „Ein neuer Chef für den Flughafen Münster/Osnabrück? Den brauchen wir morgen.“ Am Newsdesk wird mit dem Landeskorrespondenten in Düsseldorf, Hilmar Riemenschneider, das weitere Vorgehen abgesprochen.

Doch Zeitung lebt nicht nur vom Inhalt, sondern auch von der optischen Gestaltung. Und jetzt schlägt die Stunde von Lisa Stetzkamp und Ann Kathrin Schriever. Das Freistellen von Bildern, die Korrespondenz zwischen Seite, Titel und Foto – all das wird von den Mediengestalterinnen in Absprache mit den Seitenverantwortlichen in Form gegossen. Am Abend dann die letzte Konferenz, die letzten Absprachen. Und dann kommt der Sport-Kollege noch einmal an den Newsdesk. „Es gibt einen neuen Spieler bei Schalke. Da müssen wir etwas machen.“

Multimediale Schaltzentrale

Im Newsroom der ZGM hat die Redaktion den Finger am Puls der Zeit

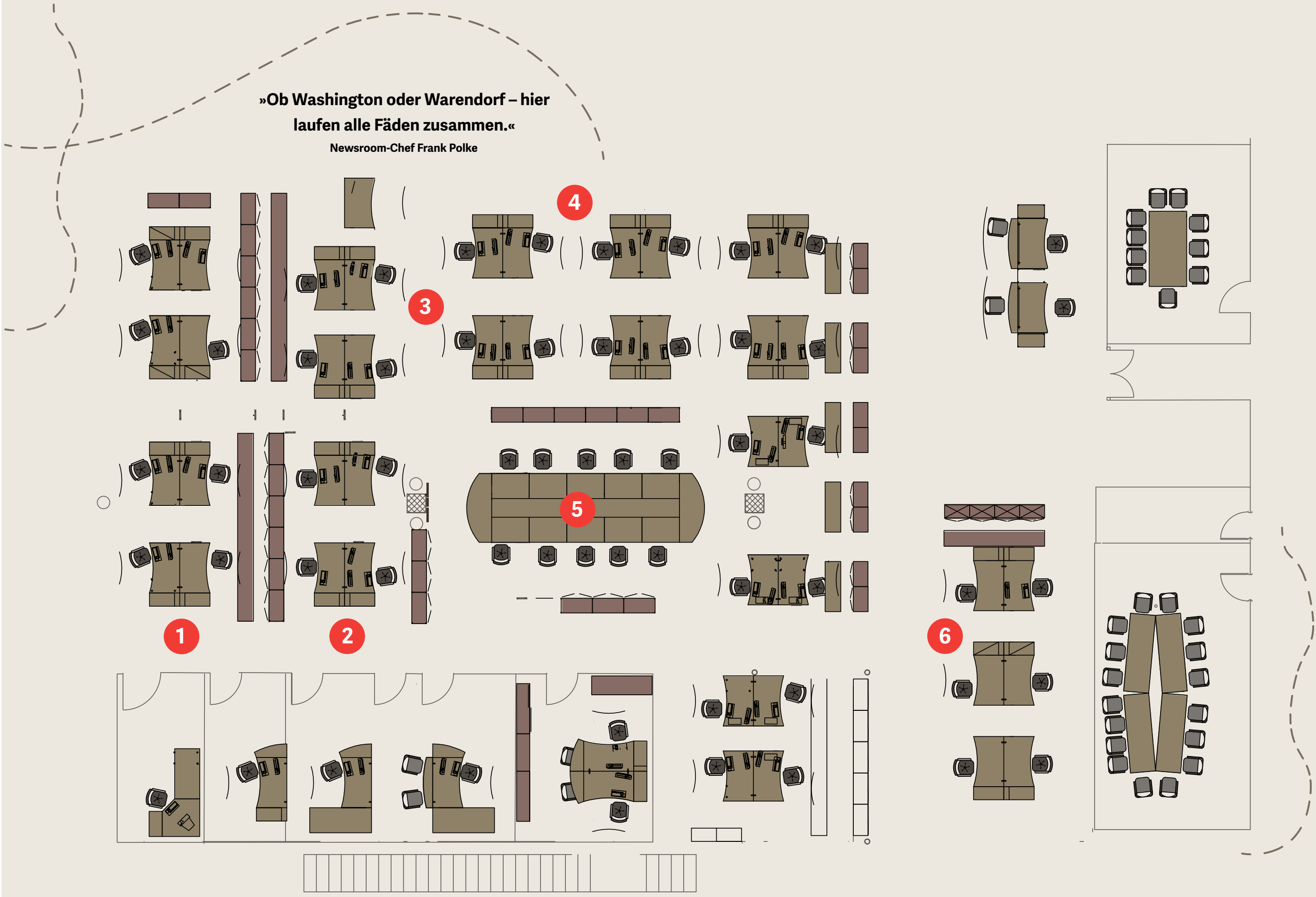
Im Großraumbüro im Medienhaus Aschendorff an der Hansalinie legen Redakteurinnen und Redakteure den Finger an den Puls der Zeit. Hier wird die Fülle der weltweiten und lokalen Nachrichten gesichtet und bewertet, von hier aus wird der Kontakt zu den Korrespondentinnen und Korrespondenten in aller Welt und zu den Lokalredaktionen von WN und MZ in Münster und im Münsterland gehalten.

Hier laufen die Fäden zusammen, hier fallen alle wesentlichen Entscheidungen darüber, was wann und wie veröffentlicht wird: in der gedruckten Tageszeitung oder in den Nachrichtenportalen wn.de und mz.ms.

Die Redaktion hat vor etlichen Jahren auf die wachsende Nutzung des Internets durch an Nachrichten interessierte Menschen reagiert. Den ganzen Tag über Suchen, Sichten und dann Schreiben und Fotografieren für die Zeitung und die frühmorgendliche Zustellung derselben – diese Arbeitsweise der klassischen Zeitungsredaktion wurde dem Mediennutzungsverhalten der Menschen allein nicht mehr gerecht. Also musste eine neue, moderne und den wachsenden Erfordernissen nach Online-Aktualität nachkommende Redaktionsstruktur entwickelt und implementiert werden – der integrierte Newsroom.

Hier werden alle Informationen für die unterschiedlichen Kanäle aufbereitet und ausgeliefert.

Integriert deshalb, weil hier alle relevanten Informationen für die unterschiedlichen Vertriebskanäle Tageszeitung, Online-Nachrichtenportal und News-App aufbereitet und ausgeliefert werden. Fundiert recherchiert und gut formuliert, zeitnah und formatgerecht. Die schnelle Meldung über das Urteil des Bundesverfassungsgerichts fürs Netz, ebenfalls der zusammenfassende Bericht, für die Zeitung dann das hintergründige Erklärstück und der Leitartikel. Was über Jahrzehnte hinweg überwiegend in den einzelnen Fachressorts einer Tageszeitungsredaktion wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport usw. entwickelt, überlegt und entschieden



Zum Thema

Unser Newsroom

Hier entsteht die Zeitung von morgen! Im Schaubild können Sie sich einen Überblick darüber verschaffen, wie unser Newsroom aufgeteilt ist.

1 Ob Fußball, Handball oder Reiten, von Weltsport bis Kreisliga – die **Sport-Redaktion** versorgt die sportinteressierten Leserinnen und Leser mit Meldungen, Hintergrundberichten und Reportagen zu aktuellen Sportereignissen und kommentiert das Geschehen.

2 Musik, Theater, Kino und Literatur – in der **Kultur-Redaktion** entstehen nicht nur die lokalen und regionalen Kultur-Seiten, sondern auch alle Seiten rund um die Themen Auf Roter Erde sowie Christentum und Gegenwart, die tägliche Medien-Seite sowie die Filme der Woche.

3 In der **Service- und Magazin-Redaktion** entstehen alle Zeitungsseiten rund um die Themen Reise und Freizeit, Essen und Trinken, Panorama, Gesundheit, Familie, Tipps und Ideen, die tägliche Kinderseite „Yango“ sowie alle Seiten zum WN-Medienprojekt „Klasse!“. Auch die Inhalte für das monatlich erscheinende Freizeit-Magazin „WN live“ werden hier zusammengestellt.

4 Die **Mediengestaltung** sorgt dafür, dass die Zeitung die Leserinnen und Leser nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch anspricht. Das Freistellen von Bildern, die Korrespondenz zwischen Seite, Titel und Foto – all das wird von den Mediengestaltern und Mediengestalterinnen in Absprache mit dem für die jeweilige Seite verantwortlichen Kollegen abgestimmt und in Form gegossen.

5 Der **Newsdesk** ist die Koordinations- und Produktionszentrale der Redaktion. Hier werden die Themen zentral gebündelt, hier laufen alle Informationen zusammen – aus der Stadt, aus der Region und aus aller Welt, die von Redakteuren, Fotografen, freien Mitarbeitern, Nachrichtenagenturen und Korrespondenten übermittelt werden. Am Newsdesk besprechen die Redakteure aus allen Ressorts mehrmals täglich die aktuellen Nachrichten und legen die Inhalte für die Zeitung und das Nachrichtenportal fest.

6 Der **Digitaldesk** ist die Steuerungszone für alle digitalen Kanäle – von App bis Web. Die Kolleginnen und Kollegen am „Digi-Desk“ koordinieren und verantworten alle redaktionellen digitalen Inhalte, filtern diese, bereiten sie auf und reichern sie mit digitalen Inhalten wie Fotostrecken, Videos, Votings etc. an. Die Online-Redaktion tritt bei Facebook und Co. auch aktiv mit den Nutzerinnen und Nutzern in den Dialog, fragt Meinungen ab und greift Themenideen auf.

Fortsetzung von S. 25

worden ist, ist inzwischen längst Gesprächs- und Diskussionsgegenstand am Newsdesk, einer Art ständig tagender Redaktionskonferenz. Hier wird von den Fachleuten ressortübergreifend das jeweilige Produkt geplant; ein Forum für lesernahes Themenmanagement, für kurze und schnelle Entscheidungswege, für die Steuerung der Inhalte und für die Qualitätskontrolle.

Was ist die Aufmachung für die Titelseite? Welche Fotos eignen sich für die Bilderstrecke online? Zu welchem Thema können wir die User nach ihrer Meinung fragen? Auf welches Thema

weisen wir per Push-Nachricht in der News-App hin? Welche Sport-Ereignisse müssen auf der Titelseite angerissen werden? Wer kommentiert die Haushaltsdebatte im Deutschen Bundestag, wer die Bilanz des Flughafens Münster/Osnabrück? Welche Nachrichten aus dem Netz der Lokalredaktionen sind so wichtig und interes-

Am Newsdesk findet den ganzen Tag eine Art Redaktionskonferenz statt.

sant, dass sie in einer Kurzfassung auf der Westfalen-Seite zusammengefasst werden müssen? Welches Thema wird auf der „Yango“-Kinderseite größer gespielt, wer kann den Mädchen und Jungen das Thema Bundeshaushalt am besten nahebringen?

Fragen über Fragen, die nach schnellen Antworten rufen. Unter der Leitung von Desk-Chef Frank Polke fallen diese Entscheidungen oft im Minuten- und Sekundentakt. Im Internet geht es um Schnelligkeit, das Konkurrenzangebot ist unermesslich groß. Doch WN und MZ punkten auch im Netz: Weil die Glaubwürdigkeit der

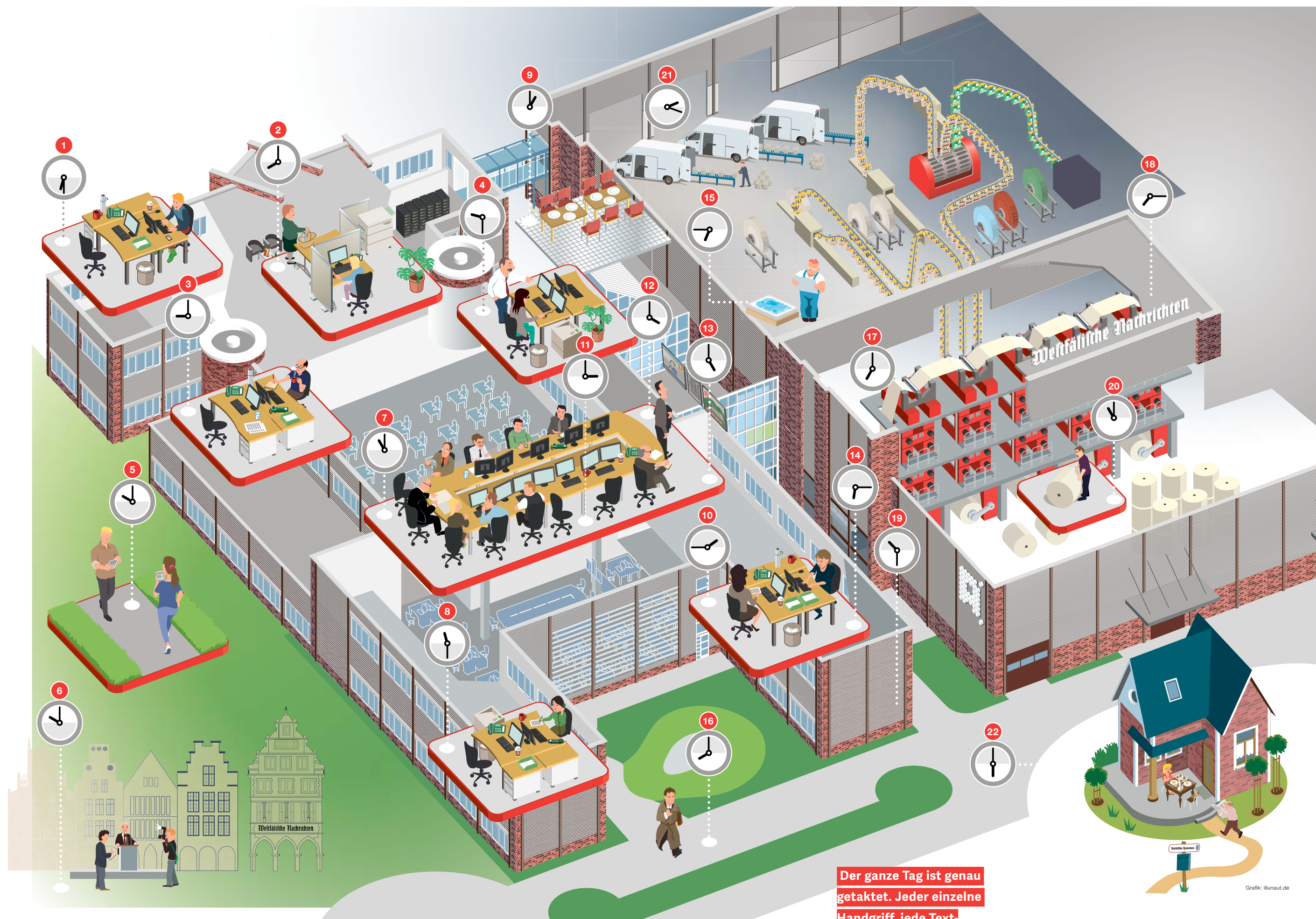
Traditionsmarke auch in der digitalen Welt ein Pfund darstellt und die Menschen ihr Glauben schenken – in der gedruckten wie in der digitalen Version.

Konsequente Regionalisierung – ein selbstverständliches Programm der Redaktion. Welche Auswirkungen haben Entscheidungen der „großen Politik“ aus Berlin oder Brüssel für die Menschen in unserer Region, für die Städte und Gemeinden? Verbrauchernah werden die Themen erarbeitet, damit die Leser und Nutzer auch tatsächlich verwertbare Hinweise und Entscheidungshilfen erhalten. Unterhaltsames und Besinnliches ergän-

Am Newsdesk fallen Entscheidungen innerhalb von Sekunden.

zen das gesamte Angebot. Bei alledem wird der Service-Gedanke natürlich ganz großgeschrieben, damit die Tageszeitungen und Nachrichtenportale aus dem Hause Aschendorff ihrem Auftrag auch gerecht werden, nämlich der multimediale Nachrichten-Dienstleister Nr. 1 für die Menschen in Münster und im Münsterland zu sein.

Dazu braucht es eine ständige Weiterentwicklung der Produkte sowohl in inhaltlich-konzeptioneller als auch in optischer Hinsicht, denn Nachrichten und Reportagen wollen auch grafisch attraktiv verpackt sein. Die Redaktion stellt sich dieser Daueraufgabe, indem Innovatives ausgearbeitet und in die Produkte integriert wird – im Sinne einer homogenen Weiterentwicklung einer Marke, die in der Region und für die Region und die hier lebenden Menschen arbeitet.



Der ganze Tag ist genau getaktet. Jeder einzelne Handgriff, jede Textzeile müssen stimmen, damit unser Kunde am nächsten Morgen seine Zeitung in den Händen halten kann.

Ein Tag im Medienhaus

So entsteht eine Ausgabe Ihrer Tageszeitung: Schematische Darstellung eines Arbeitstages im Medienhaus von früh morgens bis zur Auslieferung am nächsten Tag.

che überregionalen Themen müssen auf die regionale oder lokale Ebene heruntergebrochen werden?

5 | 10.00 Uhr: Das zentrale Treffen, das „Daily“ startet. In dieser entscheidenden Konferenz wird das Nutzerverhalten der Leserinnen und Leser der vergangenen 24 Stunden betrachtet. Die großen eigenen und zugefertigten Schwerpunkte werden festgelegt, Arbeitsaufträge für die Autoren entwickelt.

6 | 10.00 Uhr: In Rathäusern, Parlamenten, Verbänden und Organisationen starten die ersten **Pressekonferenzen** des Tages. Immer dabei: die WN.

7 | 11.00 Uhr: Im **Newsroom** der Zentralredaktion werden die wichtigsten Ereignisse des Tages vorgetragen und erste Aufträge erteilt. Die Lokalredaktion Münster-Stadt ist per Video zugeschaltet.

8 | 11.30 Uhr: Die einzelnen Arbeitsbereiche – **digital oder analog** – tagen kurz. Themendesk und Autoren diskutieren ihr Pensum für den Tag. Der Digitaldesk entwickelt einen Sendeplan für den Tag. Am Printdesk werden die Themen auf die Seiten verteilt; die Editoren nehmen mit den weniger aktuellen Seiten die Arbeit auf. Das Online-Portal wird quasi minütlich aktualisiert.

9 | 13.00 Uhr: Mittagstisch in der Kantine

10 | 13.45 Uhr: Vertreter von **Themendesk, Digitaldesk und Printdesk** schalten sich kurz zusammen. Stimmt die Thementauswahl vom Morgen noch? Laufen alle Recherchen wie angestrebt? Sind große neue Themen aufgetaucht? Die kurze Absprache wird im Laufe des Nachmittags und des Abends wiederholt, wenn es die Themenlage erfordert.

11 | 15.00 Uhr: Reportagen, Interviews, Nachrichten und Kommentare werden geschrieben, in den digitalen Kanälen veröffentlicht und am Printdesk auf die Zeitungsseiten gestellt. Zusätzliche Analysen und Informationsangebote wie Fotogalerien für die Online-Dienste entstehen.

12 | 16.00 Uhr: Im **Newsroom** werden die ersten Seiten korrekturlesen.

13 | 17.00 Uhr: Die Arbeit im „Newsroom“ läuft auf Hochtouren. Die **Artikel** von Kolleginnen und Kollegen, freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Agenturen werden kontinuierlich redigiert und bearbeitet.

14 | 18.15 Uhr: Der **Redaktionsschluss** naht, das gesamte Team arbeitet mit höchster Konzentration und unter Zeitdruck. Die letzten Redakteurinnen und Redakteure geben die fertigen Seiten frei.

15 | 18.45 Uhr: Im **Druckhaus** laufen die Datenpakete ein und werden auf Platten fixiert. Pro Seite werden vier Druckplatten erstellt für die Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz.

16 | 20.00 Uhr: Einige Redakteurinnen und Redakteure haben noch **Abendtermine**, Hintergrundgespräche oder Veranstaltungen.

17 | 19.00 Uhr: Die **letzte Seite** (Seite 1) wird fertig gestellt und „belichtet“. Die meisten Redakteurinnen und Redakteure haben jetzt Feierabend.

18 | 19.15 Uhr: Im Druckhaus beginnt die **Rotation** mit dem Druck den ersten Lokalausgaben.

19 | 22.30 Uhr: Der **Sport-Spätendienst** hebt aktuelle Berichte und Ergebnisse von Fußballspielen oder anderen Ereignissen ins Blatt. Von allen „neuen“ Seiten müssen wieder **Druckplatten** hergestellt werden.

20 | 23.00 Uhr: Der **Druck der Zeitung** läuft nun auf Hochtouren, die fertigen Exemplare werden gefaltet, gebündelt und in fertige Pakete verpackt.

21 | 2.18 Uhr: Die **Zeitung ist fertig**, wird auf Transporter verladen und in zahlreichen Orten an Übergabestellen abgeladen. Dort übernehmen die Zustellerinnen und Zusteller (Zeitungsausbringer) die Zeitungen und verteilen sie in die Abonnenten-Haushalte.

22 | 6.00 Uhr: Die Tageszeitung ist nun „druckfrisch“ im **Briefkasten** oder am Kiosk. Auch das ePaper steht bereit. Und schon beginnt das Spiel von vorn ...

Grafik: ilunaut.de

| Foto: iStock.com/
Eva-Katalin

News in Echtzeit

**Die Redaktion beliefert die digitalen
Nachrichtenkanäle fast rund um die Uhr**

Die Medienlandschaft wird immer digitaler. Das macht sich in den Möglichkeiten des ePapers bemerkbar, aber vor allem auch bei Online-Angeboten: auf Webseiten, in Apps auf dem Smartphone und auch in sozialen Netzwerken. Ein gutes Beispiel dafür liefert der Fußball. Preußen Münster ist für viele nicht nur seit dem Aufstieg in die 2. Bundesliga ein großes Thema. Für den Digitaldesk im Newsroom und für die Sport-Redaktion bedeutet das, nicht nur an Spieltagen live dabei zu sein, sondern auch an den anderen Wochentagen Fans- und Fußball-Begeisterte mit den wichtigsten Informationen rund um den Verein, die Spieler und das Stadion zu versorgen.

„Unsere Leserinnen und Leser erwarten topaktuelle, aber auch verlässliche und sorgfältig recherchierte Nachrichten – und das auf all unseren Kanälen.“

„Einen klassischen Redaktionsschluss gibt es nicht mehr“, sagt Carsten Voß, Chefredakteur Digitale Medien. Die Redaktion ist fast rund um die Uhr auf Sendung und das sieben Tage die Woche. „Unsere Leserinnen und Leser erwarten topaktuelle, aber auch verlässliche und sorgfältig recherchierte Nachrichten – und das auf all unseren Kanälen.“

Pressekonzferenzen, Porträts der Spieler und Preußen-Internas sind dementsprechend nicht nur in Text und Bild auf Webseite abrufbar, auch Videoanalysen, Fotogalerien der Spiele, und Interaktives wie Quizzes und Polls (Umfragen) gehören zum Portfolio. Mit Push-Nachrichten direkt auf das Handy informieren die Redakteure am Desk über Aktuelles rund um den Zweitliga-Club.

Was für den Sport gilt, ist auch bei lokal- und regionalen Themen bereits gang und gäbe. Immer auf das Interesse von Leserinnen und Lesern stößt die akute Wetterlage – und vor allem die wegen des Klimawandels immer extremer werdenden Situationen. Ob Starkregen, Gewitter oder Verwüstungen nach Tornados: Im Handumdrehen wird am Digitaldesk ein Newsticker angelegt, den Lokalredakteurinnen und -redakteure zusammen mit den Redakteuren am Desk mit aktuellen Informationen rund um die aktuelle Wetterlage befüllen. Fotos und kurze Videosequenzen wegen starken Regenfällen überquellenden Kanalisationen, unbefahrbaren Straßen oder tennishallgroßen Hagelkörnern sind

schnell erstellt, hochgeladen und auf der Webseite, in Apps für Smartphones und Tablets sofort für alle sichtbar.

Bei solchen Nachrichtenlagen wie einem Unwetter schickt die Redaktion schon vorab Warnmeldungen auf die Smartphones ihrer Nutzerinnen und Nutzer, und postet Meldungen, Fotos und Videos auf Facebook und Instagram. Die sozialen Netzwerke, in denen die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung in Summe mehr als 150.000 „Follower“ haben, dienen nicht nur der Verbreitung von Nachrichten, sondern sind vor allem auch ein wichtiges Forum zum Austausch mit den Lesern.

„Für Preußen Münster haben wir einen eigenen WhatsApp-Channel eingerichtet, bei den Abonnentinnen und Abonnenten immer auf dem Laufenden bleiben“, sagt Sebastian Ernst, Redakteur am Digitaldesk. Und ergänzt: „Zudem interessiert uns die Meinung unserer Leserinnen und Leser. Am Beispiel Starkregen: Wo sollte beim Hochwasserschutz nachgerüstet werden? Kommt die Hilfe nach dem Unwetter auch da ankommt, wo sie gebraucht wird? Das Netz liefert uns ein aktuelles Meinungsbild.“

Parallel dazu wird die Berichterstattung zu relevanten und am Tage wichtigen Themen fortlaufend aktualisiert, mit Analysen und Hintergründen angereichert. Wenn sich die dunklen Wolken nach dem Unwetter verzogen haben, werden Aufräumarbeiten, Fragen

nach dem Versicherungsschutz und den Konsequenzen zum Thema. Aus den am stärksten betroffenen Orten, schicken Kollegen gleich mehrere Porträts von Betroffenen, die durch O-Töne und Foto ergänzt werden. Oft sind auch Karten und Grafiken hilfreich, um zu zeigen, wo Sturm und Regen am schlimmsten gewütet haben.

Digitale Technologien machen Themen wie das Unwetter, aber auch den Sport auf besondere Weise anschaulich, liefern zusätzliche Informationen und transportieren Emotionen.

Für die Redaktion bedeutet das, auch in Zukunft technologisch immer auf Ballhöhe. Deshalb experimentieren die Redakteurinnen und Redakteure am Digitaldesk auch mit 360-Grad-Panorama-Fotogalerien, mit Liveübertragungen und auch mit Künstlicher Intelligenz. Sie bleiben beim Thema Social Media up to date und halten die neuesten Trends bei Social-Media im Blick.

Die Herausforderung ist nicht ohne: Der technologische Wandel vollzieht sich in einem Tempo, das – um im Unwetter-Bild zu bleiben – mindestens an einen Orkan erinnert. Jan Bayer, Vizepräsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, prophezeit bereits 2016: „In zehn Jahren werden wir erstaunt zurückblicken und die Medienlandschaft kaum wiedererkennen.“ Und das ist mal gerade acht Jahre her.



Zum Thema

Digitaldesk

Der Digitaldesk ist die Steuerungszentrale für alle digitalen Kanäle – von Web bis App. Hier werden Nachrichten recherchiert, kuratiert, aufbereitet und mit zusätzlichen digitalen Inhalten wie Fotostrecken und Videos angereichert – und das fast rund um die Uhr. Wenn Wichtiges in der Region und der Welt passiert, schalten die Redakteurinnen und Redakteure am Digitaldesk in den Live-Modus, verfassen Push- und Eilmeldungen und liefern Nachrichten in Echtzeit. Über die verschiedenen Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, WhatsApp und Co. erreichen WN und MZ insgesamt mehr als 150.000 „Follower“. Nutzerinnen und Nutzer finden dort die wichtigsten Artikel und Top-Nachrichten aus der Region, die von der Online-Redaktion gepostet werden. Die sozialen Netzwerke nutzt die Online-Redaktion dabei nicht nur zur Verbreitung von Nachrichten, sondern vor allem auch als wichtiges Forum zum Austausch mit den Leserinnen und Lesern, die in den Netzwerken einen direkten Draht zur Redaktion und die Möglichkeit haben, Berichte zu kommentieren, zu diskutieren und Hinweise zu geben.



| Foto: Jürgen Christ

| Foto: colourbox.de

Von App bis Web

Als die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung erstmals erschienen, waren Smartphone, Internet und Social Media noch völlig unbekannt. Inzwischen ist die Welt digitalisiert und WN und MZ haben sich zu Marken entwickelt, die auf vielen Kanälen und in verschiedensten Formaten verbreitet werden.

Die Digitalisierung eröffnet neue Wege, um Nachrichten und Informationen zu den Leserinnen und Lesern zu bringen. Und so gibt es die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung heute nicht mehr nur in ihrer klassischen Form als gedruckte Zeitung, sondern auch als Nachrichtenportal im Internet, als ePaper und als News-App für Smartphones und Tablets. Gemeinsam mit der gedruckten Tageszeitung bieten die verschiedenen digitalen News-Produkte aus dem Hause Aschendorff ein Rundum-Sorglos-Paket für die Nutzerinnen und Nutzer.

Die News-Apps

Die News-App für Smartphone und Tablet (Apple- und Android-Geräte) gehört mittlerweile seit vielen Jahren zu der digitalen Produktfamilie und macht Nachrichten aus Münster und dem Münsterland zu jeder Zeit und an jedem Ort verfügbar. Die News-App ist der Online-Service für alle, die nicht ständig Nachrichten verfolgen können, aber das Wichtigste umgehend mitbekommen wollen. Denn sie liefert topaktuell die wichtigsten Neuigkeiten aus der Region, aus Deutschland und der Welt in ansprechender, kompakter Präsentation. Die App funktioniert wie eine persönliche News-Zentrale, in der sich die Nutzerinnen und Nutzer die Meldungen und Artikel entsprechend ihrer Interessen individuell zusammenstellen können.

Für Abonnentinnen und Abonnenten sind Direktmitteilungen aufs Smartphone („Push“), eine Offline-Lesefunktion ohne aktive Internetverbindung und die Einrichtung eigener Themenbereiche inklusive.

Das ePaper

Beständig wachsend ist auch die Zahl derer, die ihre Zeitung nicht nur gedruckt, sondern auch auf digitalen Geräten lesen möchten. Mit dem sogenannten ePaper wird nicht nur die digitale Eins-zu-eins-Abbildung der Tageszeitung für PC, Tablet oder Smartphone geliefert. Unter anderem kann jeder Artikel durch die Audio-Version vorgelesen werden und Lesezeichen gesetzt werden, um die Stelle zu einem späteren Zeitpunkt wiederzufinden. Neben all diesen Features bietet das ePaper noch wei-

tere digitale Extras: Sie zerknickt nicht, ist an jedem Ort und zu jeder Zeit verfügbar, enthält den Zugriff auf einen Lokalteil nach Wunsch – und zahlreiche Zusatzfunktionen wie das Offline-Lesen ohne aktive Internetverbindung und eine Vorlese-Funktion für Artikel. Besonders spannende Artikel können als Favoriten abgelegt werden. Ebenfalls im WN ePaper enthalten: das monatlich erscheinende Freizeitmagazin WN live sowie Anzeigen-Sonderthemen und Prospekte. Das ePaper gibt es als ePaper-App für Tablets und Smartphones (Apple und Android). Wer nicht warten möchte, bis die gedruckte Ausgabe der Tageszeitung am frühen Morgen im Briefkasten liegt, kann bereits am Abend die „Zeitung von morgen“ lesen. Schon ab 19.45 Uhr sind alle Ausgaben des nächsten Tages verfügbar.

Die Nachrichtenportale

Die Unternehmensgruppe Aschendorff erreicht mit ihren Nachrichtenportalen wn.de und mz.ms monatlich durchschnittlich fast 4 Millionen Besucherinnen und Besucher. Damit sind sie die größten und beliebtesten regionalen Newsportale – und Aschendorff Marktführer im Münsterland. Die Nachrichtenportale aus dem Hause Aschendorff liefern an sieben Tagen pro Woche fast rund um die Uhr einen ausführlichen und topaktuellen Nachrichten-Überblick. Von der Erstinachricht bis zum ausführlichen Bericht wird ständig aktualisiert, durch Verlinkungen zu weiteren Artikeln entstehen oft Themen-Dossiers. Extras, die den besonderen Reiz dieses Publikationskanals ausmachen, wie z. B. Multimedia-Stories, Fotostrecken, Filme und Audio-O-Töne, runden das crossmediale Angebot ab. Per Stichwortsuche sind zudem in der Vergangenheit erschienene Artikel zu finden.

Digitale Abo-Angebote

Genau wie in der Welt der gedruckten Zeitungen gilt inzwischen auch im Netz: Qualität kann es nicht zum Nulltarif geben. Deshalb haben nur noch Abonnentinnen und Abonnenten vollen Zugriff auf die digitalen Inhalte der News-Portale und -Apps. Ohne Abo können Nutzerinnen und Nutzer lediglich die Übersichtsseiten und eine begrenzte Zahl von Artikeln kostenlos lesen. Daneben gibt es „WN+“-Inhalte, die exklusiv den

Abonnentinnen und Abonnenten vorbehalten sind. Sie liefern noch mehr Hintergrund-infos, Meinungen und Exklusives aus der Region, digitale Extras wie Fotostrecken, Videos und Live-Ticker.

Für die Medienhäuser, die seit Jahren erhebliche Summen in den digitalen Ausbau investieren, ist die Vermarktung ihrer Online-Produkte ein wichtiger Meilenstein. Denn unabhängiger Journalismus, der auf verlässlich recherchierten und geprüften Informationen basiert, hat einen Wert und einen Preis – auch im Netz.

Die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung haben für ihre Leserinnen und Leser verschiedene „digitale Pakete“ geschnürt. Das „Digital Premium“-Abo beinhaltet freien Zugriff auf alle Inhalte der News-App für Smartphone und Tablet, auf das Nachrichtenportal (für PC und mobile Geräte) sowie auf das ePaper. Zeitungsleser von WN und MZ erhalten das „Digital Premium“-für einen kleineren monatlichen Betrag zusätzlich zum Zeitungspreis.

Daneben bieten WN und MZ auch ein Digital-Paket ohne ePaper an. Das Angebot „Digital Basis“ richtet sich an all diejenigen, die sich primär auf den digitalen News-Kanälen regelmäßig über das Nachrichtengeschehen in Münster und dem Münsterland, in Deutschland und in der Welt informieren möchten. Es bietet freien Zugriff auf alle Inhalte der News-App und des Nachrichtenportals.

Grundsätzlich gilt: Wer die Inhalte und Funktionalitäten vorab ausprobieren möchte, erhält

einen kostenlosen Testzugang für 30 Tage.

WN+ - das digitale Extra für alle Abonnenten

Seit Herbst 2017 ergänzt das historische WN-Archiv als „digitales Gedächtnis“ die Produktfamilie. Unter www.wn.de/archiv können Interessierte in mehr als einer Million Zeitungsseiten gedruckter WN-Ausgaben Ahnenforschung betreiben, zu Themen recherchieren oder beispielsweise für Anlässe wie Geburtstage, Jubiläen oder Hochzeiten in alten Zeitungsseiten oder ganzen Zeitungsausgaben stöbern.

Qualität, Orientierung und Verlässlichkeit

WN+ ist auch eine Investition in die Qualität unserer Inhalte. Denn unabhängiger Journalismus, der auf verlässlich recherchierten und geprüften Informationen basiert, hat einen Wert und einen Preis. Mit Ihrem Vertrauen in unsere Nachrichten unterstützen Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Redaktionen darin, Qualität und Orientierung in einer Welt der Informationsüberflutung zu bieten. Unser Anspruch ist es, dabei auch in Zukunft unsere Qualitätsstandards zu halten - und weiter auszubauen. Nicht zuletzt erfüllen unsere Redaktionen eine wichtige Funktion im Auftrag des Grundgesetzes: Eine unabhängige Berichterstattung und eine freie Presse sind für eine funktionierende Demokratie unabdingbar.

Digitale Transformation

Stärken kombinieren

Neue Medien bieten neue Möglichkeiten, neue Funktionalitäten und die Chance, die Informationsbedürfnisse der Kunden noch besser kennenzulernen. Ersetzen werden sie klassische Medien und Informationskanäle wie die Zeitung aber nicht, ist sich Marc Zahlmann, Chefredakteur Digitale Medien und Verlagsleiter Lesermarkt/Marketing, sicher.

Neue Technologien, neue Möglichkeiten, neue Angebote: Die Digitalisierung aller Lebensbereiche bietet für Medienunternehmen wie Aschendorff die Chance, die Informationsbedürfnisse der Menschen noch besser kennenzulernen, noch zielgerichteter zu erfüllen und noch schneller auf Veränderungen reagieren zu können.

In dieser Hinsicht stellt die digitale Transformation nicht etwa eine Bedrohung für die Nachrichtenbranche dar, sondern sie eröffnet vielfältige neue Wege für den Austausch von Informationen und die Gestaltung des Zusammenlebens. Die Optionen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels aktiv und zum Wohle seiner Kunden zu nutzen, das gehört für Aschendorff nun schon seit mehr als 300 Jahren zum Selbstverständnis als Herausgeber von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern: Fortschritt aus Tradition. Längst nicht zum ersten Mal in seiner Geschichte, sondern stets aufs Neue, passt das Unternehmen seine Arbeitsweise und seine Produkte an die aktuellen Gegebenheiten an und bleibt damit immer auf der Höhe der Zeit.

Messenger, soziale Netzwerke, Websites und Portale ersetzen nicht etwa die klassischen Medien und Informationskanäle, sondern ergänzen die bestehenden Formen der Kommunikation durch neue Funktionalitäten – sie bergen aber auch Risiken und Schwachstellen. Den Falschmeldungen und Filterblasen setzt Aschendorff mit seinen Produkten Verlässlichkeit und Wahrhaftigkeit entgegen.

Die sorgfältige Aufbereitung von Informationen und das gedruckte Wort verlieren auch im Zeitalter der Digitalisierung nicht an Bedeutung – im Gegenteil: Sie geben Orientierung und schaffen Vertrauen.

Die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzt Aschendorff konsequent, um seine Produkte und Dienstleistungen immer weiter zu verbessern und zu erweitern: Live-Ticker, personalisierte Nachrichten, Videos und Fotostrecken. Das alles wird erst durch die digitale Kommunikation möglich. Dabei kombiniert das Unternehmen die Stärken der klassischen und der neuen Medien, um für seine Kunden den größtmöglichen Nutzen und Mehrwert zu erzeugen. Dieser Weg hat vor etwas mehr als 20 Jahren begonnen und wird sich voraussichtlich mit weiter zunehmender Geschwindigkeit fortsetzen: Auch in Zukunft wird Aschendorff sich immer wieder neue Technologien erschließen, um sie im Sinne seines unternehmerischen Mottos zu nutzen: Dem Worte verpflichtet.



Marc Zahlmann,
Geschäftsführer
| Foto: Caroline Rickert

Auf einen Blick

Unter **meine.wn.de** finden Leserinnen und Leser alle Antworten auf ihre Service-Fragen auf einen Blick. Im persönlichen Kundenbereich können sie sieben Tage die Woche rund um die Uhr ihr Abonnement selbst verwalten und Service-Anliegen mit nur wenigen Klicks einfach und schnell erledigen.

Abonnenten der Münsterschen Zeitung verwalten ihre Daten unter: **meine.mz.ms**



1 Digitale Angebote

Mit unseren digitalen Abo-Angeboten können Leserinnen und Leser auf alle digitalen Produkte Ihrer Tageszeitung zugreifen – jederzeit, persönlich und individuell. Mit dem ePaper können sie ihre Zeitung auf dem Laptop, Tablet oder Smartphone digital abrufen – zum Lesen, Zoomen, Drucken und Speichern. Dank der News-App für Smartphones und Tablets sind die Leserinnen und Leser auch mobil stets bestens informiert. Sie liefert aktuelle Nachrichten im Taschenformat – ideal für Bus, Bahn und Reise. Zudem erhalten sie unbegrenzten Zugang zu allen Artikeln und Fotostrecken auf der Webseite – Lesen ohne Limit! Und das Beste: Abonnenten der gedruckten Zeitung profitieren von einem exklusiven Vorzugspreis und haben so einfach und preiswert die Möglichkeit, ihr Print-Abo digital zu ergänzen.



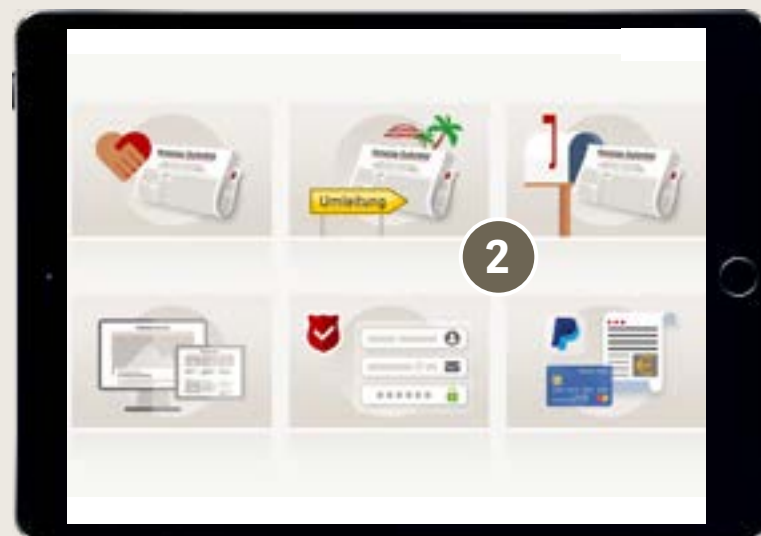
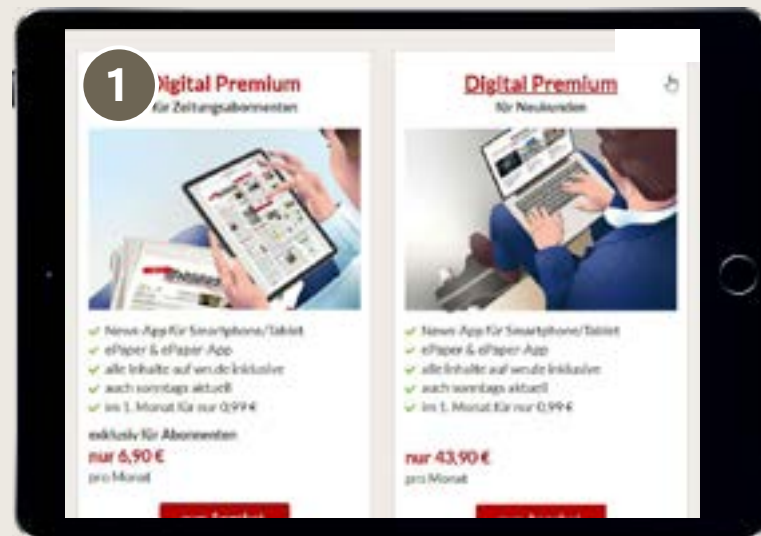
2 Abo-Service

Sie fahren in den Urlaub und wissen noch nicht, was Sie mit Ihrer Tageszeitung machen sollen? Im Abo-Service-Bereich unter **meine.wn.de** finden Leserinnen und Leser die verschiedenen Optionen auf einen Blick. Dort können Sie ganz bequem von zu Hause aus Ihr WN-Abonnement verwalten und uns zum Beispiel auch darüber informieren, wenn es zu Unregelmäßigkeiten bei der Zustellung Ihrer Tageszeitung gekommen ist.



3 Meine Daten

Ob Adressänderung oder neue Bankverbindung – im persönlichen Online-Kundenbereich unter **meine.wn.de** können Kundinnen und Kunden ihr WN-Abonnement mit ein paar Klicks ganz einfach, schnell und unkompliziert selbst verwalten. Zur Nutzung des Abo-Service-Bereichs und den Zugriff auf die persönlichen Daten ist eine einmalige Registrierung und Authentifizierung erforderlich.



Das ePaper:

Die digitale Zukunft des Zeitung-Lesens?

In der heutigen digitalen Welt, in der Informationen schneller fließen als je zuvor, spielt das ePaper eine immer entscheidendere Rolle. Als moderne Ergänzung zur gedruckten Zeitung ermöglicht das ePaper, Nachrichten und Artikel jederzeit und überall zu lesen – sei es am Frühstückstisch, auf dem Weg zur Arbeit oder gemütlich auf dem Sofa.

Welche Mehrwerte bietet das ePaper?

Die Vorteile des ePapers liegen auf der Hand: Es ist nicht nur umweltfreundlich, da es keinen Papierverbrauch verursacht, sondern auch extrem praktisch. Mit einem Klick haben Sie die aktuelle Ausgabe Ihrer Zeitung auf Ihrem Smartphone, Tablet oder Laptop – das ePaper ist immer und überall verfügbar.

Zudem bietet das ePaper viele interaktive Funktionen, die das Leseerlebnis bereichern. Ausgaben und Artikel können einfach durchsucht oder für später gesichert werden. Auch ältere Ausgaben sind problemlos zugänglich, sodass Sie jederzeit auf vergangene Artikel zugreifen können. Darüber

hinaus haben ePaper-Leser*innen bereits am Abend ab 19:45 Uhr Zugriff auf ihre Lokalausgabe des nächsten Tages, diese wird im Laufe des Abends meist mehrfach aktualisiert. Somit sind sie immer up-to-date.

Mit dem WN ePaper können die Abonnent*innen außerdem grenzenlos lesen, da alle Lokalausgaben unserer Zeitung (ohne Aufpreis) gelesen werden können.

Tipps und Tricks für das ePaper

Für diejenigen, die das ePaper noch nicht voll ausgeschöpft haben, bieten wir unter anderem eine hilfreiche Broschüre an, die unter **wn.de/broschüre** verfügbar ist. Hier finden Sie zahlreiche Tipps und Tricks, wie Sie das Beste aus Ihrem ePaper herausholen können. Erfahren Sie, wie Sie Ihre Lieblingsartikel speichern, die Schriftgröße anpassen oder bequem zwischen den Ausgaben wechseln können.

Mit konkreten Fragen oder Anregungen können sich Abonnent*innen natürlich auch jederzeit an unseren Kundenservice wenden.



Immer und überall verfügbar

Das digitale Medium: Die Zukunft der Informationsvermittlung

Die Bedeutung digitaler Medien wächst stetig. Immer mehr Menschen nutzen Smartphones und Tablets, um sich über das Tagesgeschehen zu informieren. Das ePaper ist dabei ein unverzichtbares Werkzeug, das den Zugang zu hochwertigen Informationen in einer sich wandelnden Medienlandschaft sicherstellt.

In einer Welt, die sich immer schneller dreht, bietet das ePaper nicht nur Aktualität, sondern auch Flexibilität.

Leserinnen und Leser können ihre Zeitung auf eine Weise erleben, die ihrem Lebensstil entspricht. Egal ob zu Hause, unterwegs oder im Urlaub – das ePaper ist immer dabei.

Nutzen Sie die Vorteile des digitalen Lesens und entdecken Sie die vielen Möglichkeiten, die Ihnen das ePaper bietet. Bei uns werden Sie schnell zum ePaper-Profi und genießen das digitale Leseerlebnis in vollen Zügen.





Entdecken Sie das WN Archiv - Ihre digitale Zeitreise durch die Westfälischen Nachrichten

Für alle Liebhaber der Westfälischen Nachrichten bietet das WN Archiv eine Schatztruhe voller Erinnerungen und historischer Ereignisse. Mit Ihrer ePaper App haben Sie als Digital Premium Kunde uneingeschränkten Zugang zu diesem umfangreichen Archiv. Hier finden Sie eine Fülle an Ausgaben und Artikeln, die weit in die Geschichte zurückreichen. Das Archiv gliedert sich in zwei große Bereiche: das Historische Archiv (1946-2006) und das Zeitungsarchiv (2007-heute).

Das Historische Archiv (1946-2006) – Ein Fenster in die Vergangenheit

Im Historischen Archiv finden Sie alle Münsteraner Ausgaben der Westfälischen Nachrichten aus den Jahren 1946 bis 2006. Zusätzlich zu den Hauptausgaben sind auch die Lokalteile verfügbar, die jeweils hinter die Münster-Ausgabe angehängt sind.

Ein kleiner Hinweis: Leider sind nicht alle lokalen Inhalte digital verfügbar. Dennoch bietet das Historische Archiv eine beeindruckende Sammlung, die einen tiefen Einblick in die Geschichte und Entwicklung der Region ermöglicht.

Um das Historische Archiv zu nutzen, öffnen Sie einfach Ihre ePaper-App und wählen die Ausgabenauswahl. Sollten Sie noch nicht eingeloggt sein, starten Sie automatisch in dieser Ansicht. Das Historische Archiv ist als separate Ausgabe aufgelistet. Über die Navigationsleiste oben („Archiv“ oder „Suche“) können Sie entweder eine bestimmte Ausgabe nach Datum auswählen oder eine Stichwortsuche durchführen. Mit einem Klick auf die gewünschte Ausgabe können Sie diese dann durchblättern und bei Bedarf vergrößern.

Das Zeitungsarchiv (2007-heute) – Alle Ausgaben auf einen Klick

Das Zeitungsarchiv bietet Ihnen Zugriff auf alle Ausgaben Ihrer Lokalausgabe ab dem Jahr

2007. Was einst nur die letzten 14 Tage umfasste, ist nun ein umfassendes Archiv, das es Ihnen ermöglicht, in vergangenen Ereignissen und Berichten zu stöbern.

Um das Zeitungsarchiv zu nutzen, wählen Sie im oberen Menü der ePaper-App den Bereich „Archiv“ und selektieren ein Datum. Alternativ können Sie auch die Suchfunktion verwenden, um gezielt nach bestimmten Ereignissen oder Artikeln zu suchen. Beachten Sie dabei, dass für die frühere Ausgabe Westerkappeln ein eigener Bereich im Archiv zur Verfügung steht, den Sie gesondert anwählen können.

Effektive Suche nach Stichwörtern und Datum

Beide Archive bieten eine leistungsstarke Suchfunktion, die Sie über die Navigationsleiste oben aufrufen können. Geben Sie einfach ein beliebiges Stichwort ein und wählen Sie den gewünschten Zeitraum. Innerhalb weniger Sekunden erhalten Sie eine Trefferliste, die relevante Ausgaben mit Textausschnitten auflistet. Mit einem Klick auf den gewünschten Ausschnitt öffnet sich die entsprechende Ausgabe, und Sie können sofort in die Details eintauchen.

Wenn Sie eine bestimmte Ausgabe nach Datum öffnen möchten, nutzen Sie ebenfalls die „Archiv“-Funktion in der oberen Navigationsleiste. Ob im Historischen Archiv oder im Zeitungsarchiv – geben Sie das gewünschte Datum ein, und die entsprechende Ausgabe wird Ihnen

angezeigt. Bei iOS-Geräten finden Sie die Datumeingabe zentriert im Bereich „Archiv“ am oberen Rand des Bildschirms, während Android-Nutzer den grünen Button unten rechts nutzen, um das Datum einzugeben.

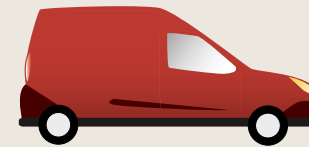
Fazit

Das WN Archiv ist eine unschätzbare Ressource für alle, die sich für die Geschichte der Region interessieren oder einfach vergangene Ereignisse erneut erleben möchten. Egal, ob Sie auf der Suche nach einem bestimmten Artikel, einem historischen Ereignis oder einfach nur neugierig auf die Vergangenheit sind – das WN Archiv bietet Ihnen unzählige Möglichkeiten, in die Geschichte der Westfälischen Nachrichten einzutauchen. Nutzen Sie die ePaper-App und beginnen Sie Ihre digitale Zeitreise noch heute!

| www.wn.de/archiv



3. August
1946
Erscheinungstag der **ersten Ausgabe** der Westfälischen Nachrichten



930 ZUSTELLER und bis zu **60 Fahrzeuge** sorgen nachts dafür, dass die **gedruckte** Zeitung morgens um 6 Uhr beim Leser ist.

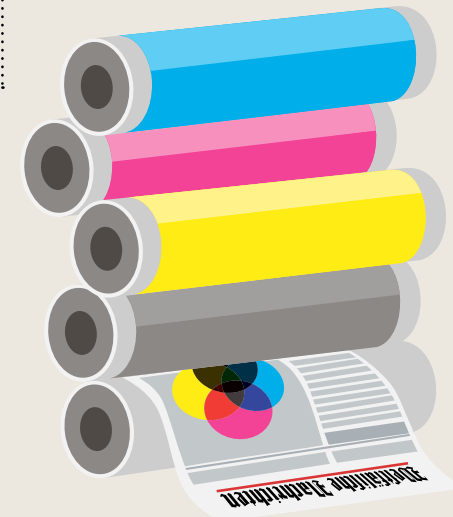
Der **Andruck** der sogenannten Postausgabe startet gegen **20 UHR**.



Aktualisiert wird die Zeitung bis **00.30 UHR**.

Mit dieser **Geschwindigkeit** laufen die Papierbahnen durch die große **Druckmaschine**. **40 km/h**

16 km Papier sind auf einer **PAPIERROLLE**.



Für den farbigen **DRUCK** werden **4 FARBEN** benötigt: Cyan, Magenta, Yellow und Schwarz.

Rund

1000

Anzeigen-Sonderthemen erscheinen Jahr für Jahr in den WN und der MZ.

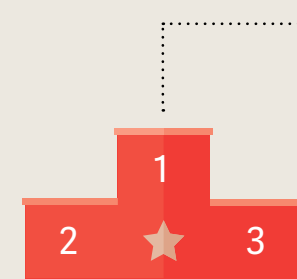
12 x

im Jahr erscheint jeweils zum Monatsende das Veranstaltungsmagazin „**WN live**“ in den WN.



Wussten Sie schon?

Zahlen und Fakten zu Ihrer Tageszeitung



Das Druckzentrum nimmt **weltweit** den **1. Platz** in Sachen **Druckqualität** ein (WAN-IFRA).

Jahr für Jahr nehmen **über 450 Klassen** mit **bis zu 12 000 Kindern** am Medienprojekt „Klasse!“ teil.



Bei **19 Geschäftsstellen & Servicepartnern** können sich WN-Abonnenten und Anzeigenkunden im Münsterland beraten lassen. Hinzu kommen 3 Servicestellen der Münsterschen Zeitung.

18 Lokalredaktionen sind in den Städten und Gemeinden vor Ort tätig.



wn.de und mz.ms sind mit bis zu

2 Mio. Nutzern

die **reichweitenstärksten Nachrichtenportale** der Region.



Hier wird mächtig Druck gemacht

Besuch an der Rotation – eine Nacht im
Druckzentrum Aschendorff



| Fotos: Wilfried Gerharz



Rund 200 000 aktuelle Exemplare der
Tageszeitung liefert das Druckzentrum
Aschendorff in einer Nacht

Mit 50 000 Umdrehungen pro
Stunde rotiert die Maschine

Es ist Nacht. Münster döst. Aber an der Hansalinie pulsiert das Leben. Hier wird Druck gemacht. Die über vier Stockwerke hohe und fast 60 Meter lange Zeitungsrotation im hell erleuchteten Aschendorff-Druckzentrum läuft zur Hochleistung auf. Die Tageszeitung, bis dahin eine enorme Ansammlung digitaler Daten, entsteht. Zigtausendfach, vierfarbig, informativ, handlich.

Wenn Nachtschwärmer schon das Licht gelöscht haben, ist der Drucker bei Aschendorff hellwach. Die Tagschicht hat das Haus verlassen. Viele unterschiedliche Produkte und Teile der Zeitungen sind bereits hergestellt. Jetzt folgt die Kür: die nächtliche Produktion der aktuellen Tageszeitung für das Münsterland, der verschiedenen Ausgaben der Westfälischen Nachrichten, der Münsterschen Zeitung und aller Ausgaben der Partnerverlage. Blitzschnell tanzen Finger der rechten Hand über Tasten am Leitstand. Als spiele er am Klavier eine bekannte Melodie, findet der Drucker auf der tischgroßen Arbeitsfläche intuitiv die richtigen Punkte. Jeder Fingerkontakt ist ein Signal für die Maschine, die hinter der Schallschutz-Scheibe immer vernehmlicher surrt. 19.00 Uhr – soeben war Andruck. Ein lauter Warnton hat diesen Moment begleitet. Jetzt werden die ersten Exemplare der Zeitung von morgen am Steuerstand mit Fadenzähler und geübtem Blick kontrolliert.

Ist der Druck passgenau? Stimmen die Werte in den zehn Farbzonen jeder Seite? Hat das Papier die richtige Spannung? Noch kann man

in die Produktion eingreifen, steuern, optimieren. In Sekunden fallen wichtige Entscheidungen. Zeitungsdruck und Zeitdruck – zwei enge Verwandte.

Kommt die viele Hundert Tonnen schwere Maschine erst einmal auf Touren, kann das bloße Auge nicht mehr erkennen, was dort bei Tempo 50 synchron auf die breiten und kilometerlangen Papierbahnen übertragen wird. 45.000 Umdrehungen pro Stunde – die Rotation rotiert. Unzählige Male in der Nacht wiederholt sich der Dialog zwischen Mensch und Maschine. Die Rotation, vier Arbeitsebenen hoch, ist das Herzstück der Zeitungsproduktion. Die Drucker,

Mehrere Lokalausgaben können parallel hergestellt werden.

die bei Aschendorff in drei Schichten arbeiten, bestimmen den Pulsschlag.

Wer die Maschine zum ersten Mal zu Gesicht bekommt, schaut beeindruckt auf das Werk der Firma Koenig & Bauer aus Würzburg.

Die zwei Produktionslinien, jede bestehend aus zwei Drucktürmen mit Farbwerken und einem Falzturm, sichern Zeitungsdruck auf höchstem Niveau. Die einzelnen Druckzylinder werden durch Elektromotoren angetrieben. Dafür, dass alle Motoren und Druckwerke synchron laufen, sorgt ein Computer mithilfe von Lichtwellenleitern. Mehrere Lokalausgaben können in diesem Wunderwerk der Technik parallel hergestellt werden – jeweils bis zu 32 Seiten stark. Gehören mehr Seiten zum Produkt – man denke nur einmal an die umfangreichen Wochenend-Ausgaben oder Magazine wie „WN live“ –, dann werden Teile der Zeitungen tagsüber und am frühen Abend vorproduziert und später im Versand zusammengefasst.

Rund 200 000 aktuelle Exemplare der Tageszeitung liefert in einer Nacht das Aschendorff-Druckzentrum. Da jede der verschiedenen Ausgaben einen individuellen Lokal- und An-

zeigenteil aufweist, wird die hohe Stückzahl aber nicht in einem Rutsch erstellt. Die leichten Aluminium-Druckplatten werden automatisch gewechselt. Ein kompletter Plattenwechsel dauert bei 32 vierfarbigen Seiten – das entspricht 128 Druckplatten – nur 3 Minuten. Auch der Papierwechsel im Kellergeschoss erfolgt weitgehend automatisch – und das bei laufendem Betrieb. Die Geschwindigkeit muss dafür nicht gedrosselt werden.

3 Uhr am Morgen: Langsam kommt die Rotation zur Ruhe. Motoren und Druckwerke, zentral von einem Prozessleitrechner gesteuert, bekommen eine Atempause. Die Maschine und die Drucker haben gemeinsam erneut dafür gesorgt, dass die Produktion präzise und sicher gelaufen ist. Das Ergebnis der nächtlichen Arbeit hat längst der Versand übernommen. Das Münsterland schläft. Der Drucker beendet seine Schicht, die druckfrische Tageszeitung in der Hand.

Zum Thema

Farbe setzt Tag für Tag neue Akzente

Ohne farbige Bilder, Anzeigen und Grafiken kommt heute keine moderne Zeitung mehr aus. Farbe erhöht die Aufmerksamkeit, sorgt für Orientierung und setzt Akzente. Doch der Weg zum Farbdruk und zum Vierfarbdruk ist technisch anspruchsvoll. Schließlich soll bei Fotografien die Wiedergabe möglichst naturgetreu sein. Bei Anzeigen wünschen sich Kunden und Agenturen den optimalen Druck ihrer Vorlage.

Der Vierfarbdruk wird heute in allen Druckverfahren angewendet, um farbige Abbildungen zu erstellen. Hierbei wird die sogenannte subtraktive Farbmischung genutzt. Bei dieser wird Licht verschiedener Farben durch Farbfilter ausgeblendet oder durch Pigmente absorbiert. Das restliche Licht bildet eine Mischfarbe. Trifft zum Beispiel weißes Licht auf einen gelben Filter, wird der blaue Farbbereich komplett absorbiert und das Licht erscheint hinter dem Filter gelb. Genutzt werden beim Vierfarbdruk die vier genormten Grundfarben:

C – Cyan
M – Magenta
Y – Yellow
K – Black/Key (K = Schüsselfarbe)

Der Zusammendruck der drei Farben Cyan, Magenta und Yellow ergibt kein Tiefschwarz. Daher muss Schwarz als Schüsselfarbe (K) hinzugefügt werden, um im Druckvorgang eine gute Farbtiefe zu erzielen und Konturen zu erzeugen.

Die Vorlage, die gedruckt werden soll, wird auf vier Druckplatten belichtet. Auf jeder einzelnen dieser Platten ist tatsächlich nur eine der vier genormten Druckfarben vorhanden. Für jede farbige Zeitungsseite werden also vier Druckplatten benötigt. Während des Belichtungs Vorgangs werden die einzelnen Bilder in teilweise winzige Bildpunkte zerlegt.

Man nennt diesen Vorgang Rasterung. Durch die unterschiedliche Größe der Punkte und deren Abstand zueinander können unterschiedliche Abstufungen von Farben dargestellt werden, sobald die vier Farben übereinander gedruckt werden.

Beim Druckvorgang durchläuft das Papier nacheinander die Druckwerke in der Rotationsmaschine mit den vier Farben. Die Reihenfolge im Vierfarb-Offsetdruck lautet normalerweise: Schwarz, Cyan, Magenta und Gelb. Aus dem korrekten Mischungsverhältnis ergibt sich der gewünschte Farbton. Fachleute sprechen hier vom CMYK-Verfahren.

Das Rot der Westfälischen Nachrichten besteht übrigens zu jeweils 100 Prozent aus Magenta und Yellow.



| Foto: colourbox.com

Bilderbogen vom Aufbau: **1** Vor dem Start wurde das Fundament maßgenau angepasst. **2** Anschließend wurden die Elemente der Maschine – von den beiden Drucktürmen bis zum Falzwerk – installiert. **3** Die tonnenschweren Teile konnten nur mit einem Portalkran bewegt werden. Fotos: Clemens Marpert



Der Aufbau der neuen Drucktürme. Ein Portalkran musste die bis zu 26 Tonnen schweren Drucktürme an ihren Platz setzen



Die neue Druckmaschine der Firma Koenig & Bauer erreicht eine Gesamthöhe von 15 Metern

Zum Thema

Die „Commander CL“

Das Herzstück des Druckzentrums bildet die Rotationsdruckmaschine Commander CL der Firma König & Bauer. Die Maschine des Würzburger Druckmaschinenherstellers erstreckt sich auf einer Länge von 30 Metern und gehört in ihrer Klasse zu den weltweit mit am meisten aufgestellten Rotationen. Sie bietet zahlreiche technische Feinheiten. Zum Beispiel sorgen Farbmess- und Regelsysteme für eine permanent hohe Druckqualität und geringe Makulatur. Durch automatisierte Druckplatten- und Papierrollenwechselsysteme lassen sich Rüstzeiten verringern und Produktionsabläufe beschleunigen.

Die Druckmaschine ist in zwei Produktionslinien bestehend je zwei Drucktürmen mit acht Druckwerken, einen Falzapparat und zwei Rollenwechslern unterteilt. Über je einen zentralen Leitstand pro Linie werden die Maschinen gesteuert. Hier können jeweils maximal 100.000 Zeitungen/Stunde mit bis zu 16 vierfarbigen Seiten gedruckt werden.

Für Anzeigen- und Druckkunden ist es möglich, auffallende Werbeformate wie ein großes Superpanorama und besondere Halbseiten-Formate zu ordern.

270 Tonnen Hightech

Hochmodernes Herzstück des Druckzentrums entstand in wenigen Monaten

Gut Ding will Weile haben, lautet ein Sprichwort. Da ist etwas dran: Zum einen, weil von den ersten Gedanken, das Aschendorff-Druckzentrum um zwei neue Druckmaschinen zu erweitern und parallel den Versand technisch aufzurüsten, bis zur Realisierung einige Jahre ins Land gingen. Zum anderen, weil sich das Ergebnis der Investition wahrlich sehen lassen kann. Das mehrfach wegen seiner Premiumqualität ausgezeichnete Druckzentrum an der Hansalinie in Münster verfügt jetzt über zwei Rotations-einheiten mit der zurzeit weltweit schnellsten und leistungsfähigsten Maschine und einen hochmodern aufgestellten Versandbereich. In der über 250 Jahre andauernden Geschichte des Druckhauses wurde damit ein weiterer Meilenstein gesetzt.

Thomas Wenge, Technischer Betriebsleiter im Aschendorff-Druckzentrum, überraschte kürzlich mit einem Wunsch. Die neue „Commander CL“ gefalle ihm so gut, dass er sich gerne einmal in einer ruhigen Minute mit einem Klappstuhl vor die mächtige Rotation der Koenig & Bauer Group (KBA) mit ihren 270 Tonnen Gesamtgewicht setzen würde. Allein bliebe der Experte sicher nicht. Denn alle, die mit den technischen Erweiterungen im Druckzentrum zu tun hatten, sind stolz auf das Werk. Es war, so heißt es im Kreis der Projektverantwortlichen, „eine Operation am offenen Herzen“. Es wurde ausgeführt, ohne die Produktion auch nur für einen Tag zu unterbrechen.

Mehrere Millionen Euro hat die Unternehmensgruppe Aschendorff in das Herzstück des Druckzentrums investiert. Ein Betrag, um auch künftig das Beste für die Zeitungsleserinnen und Zeitungsleser, Anzeigen- und Druckkunden leisten zu können. Seit der Testphase läuft die neue Rotationsmaschine zuverlässig wie ein Uhrwerk. Im Schnitt können mit ihr in der Nacht bis zu 90 000 Tageszeitungen hergestellt werden – in Top-

Qualität und durchgängig vierfarbig. Schon Jahre zuvor waren erste Überlegungen angestellt worden, die vorhandene, 42 Meter lange Rotationsmaschine der Firma Wifag im Druckzentrum zunächst maßgeschneidert zu erweitern und zu einem späteren Zeitpunkt durch den Kauf einer zweiten KBA-Maschine komplett zu ersetzen.

Besuche bei möglichen Lieferanten dienten ebenso der Vorbereitung wie Testdrucke in anderen Druckzentren. Anfang 2014 wurde die Planung intensiviert, im Jahr darauf die Entscheidung zur Reife gebracht. Am 30. April 2015 besiegelten die Aschendorff-Geschäftsführer Dr. Benedikt Hüffer und Dr. Eduard Hüffer mit ihren Unterschriften den Kauf der KBA Commander CL mit den zwei Drucktürmen. Zusätzlich wurden unter anderem auch neue Belichter für die Druckplatten angeschafft.

Im Dezember 2015 wurde im Druckzentrum an der Hansalinie die Baustelle eingerichtet.

Dort, wo bis 2002 eine alte

MAN-Druckmaschine ihren Dienst getan hatte, war Platz für die KBA Commander CL. Die ersten Arbeiten erinnerten an einen Einsatz unter Tage: Das dicke Betonfundament wurde aufgeschnitten und an das Maß der neuen Maschine angepasst. 270 Tonnen Stahl und Eisen arbeiten heute auch bei einer Zylinderdrehgeschwindigkeit von 50 000 Umdrehungen pro Stunde nahezu schwingungsfrei.

In den Wochen des Aufbaus gesellten sich zu den vielen Lastwagen, die fast jeden Tag Papierrollen und Material zum Aschendorff-Druckzentrum bringen, immer wieder auch Tieflader. Mit einem von Weitem sichtbaren Kranwagen wurden unter anderem Stahlträger, Bodenplatten und die schweren H-Druckwerke abgeladen und für die Montage ins Gebäude transportiert. Die Maschine wuchs Ebene für Ebene in die Höhe – am Ende auf fast 15 Meter Gesamthöhe.

Am 9. Mai 2016 war es so weit. Thomas Wenge: „An diesem Tag haben wir die KBA in unsere

Nachtproduktion integriert.“ Ein spannender Augenblick, aber auch der Moment, in dem man bei Aschendorff den Erfolg genießen konnte. Die Maschine aus Würzburg mit vielen technischen Feinheiten wie vollautomatischem Plattenwechselsystem und der Möglichkeit, ein sogenanntes Superpanorama in der Breite von vier Zeitungsseiten herzustellen, trat im Aschendorff-Druckzentrum ihren Dienst an.

Im Jahr 2019 begannen die Arbeiten für den Aufbau der zweiten KBA. Für Letztere musste eine der bestehenden Wifag-Druckmaschinen weichen. Nach fast 20 Jahren „im Dienst“ wurde die „Linie C“ Stück für Stück demontiert und gleich im Anschluss – parallel zum laufenden Betrieb – die neue KBA-Maschine errichtet. Weniger als ein Jahr dauerten Installationsarbeiten und Feinabstimmung und so konnte die zweite Rotationsmaschine des Typs „Commander CL“ zu Beginn des Jahres 2020 in die Produktion einsteigen.

270 Tonnen Stahl und Eisen arbeiten im Druckzentrum an der Hansalinie.

Aus Alt wird Neu

Beim Druck von Tageszeitungen wird auf Recycling-Papier gesetzt

Um Papier herzustellen, werden Fasern benötigt. Diese werden entweder in der Forstwirtschaft gewonnen. Oder aber sie stammen aus Altpapier. Immer mehr Tageszeitungen werden auf Pressepapieren gedruckt, die aus Altpapier hergestellt sind. Seit vielen Jahren werden laut dem Verband deutscher Papierfabriken mehr als 70 Prozent der verbrauchten Papiere und Kartonaugen in Deutschland wiederverwertet. In Köln-Hürth steht eine der modernsten Fabriken Deutschlands, die auf das Recycling von Altpapier setzt. Wir durften beim finnischen Hersteller UPM hinter die Kulissen schauen.



»Die Qualität des heutigen Zeitungspapiers lässt sich mit der aus den 1980er Jahren überhaupt nicht mehr vergleichen«

Sven Freyholdt

Das Papier läuft aus der Maschine auf Rollen. Ist eine solche Rolle voll, befinden sich bis zu 150 Kilometer Papier auf ihr.



Der Experte fühlt die Qualität, ertastet die Papieroberfläche. Jede Charge wird überprüft.



Es ist schwülwarm in der Halle. Ein markanter Duft liegt in der Luft. Ein bisschen feucht, ein bisschen stickig. Aber nicht unangenehm, geschweige denn aufdringlich. Gedanken an eine Waschküche kommen schnell auf, in der sich jede Menge Trommeln drehen und feuchte Wäsche aufgehängt wird. Dazu passt der Lärm. Es ist ohrenbetäubend laut. Sven Freyholdt hat vorgesorgt. Der UPM-Manager, zuständig für den Technischen Kundendienst der Papierfabrik in Köln-Hürth, stattet seine Gäste mit gelblichen Ohrstöpseln aus. Und damit die beim Rundgang durch die Fabrik nicht von seinen Lippen lesen müssen, reicht er Headsets weiter. „Ich rede, Sie hören zu“, merkt er an – und schmunzelt vergnügt.

330 000 Tonnen Papier werden in Hürth im Jahr produziert. „Die Maschine läuft gut“, sagt Freyholdt und verdeutlicht das, was hinter der gewaltigen Papiermenge steckt. Die Maschine, die im Jahr 2002 in Betrieb genommen und immer weiter optimiert wurde, produziert inzwischen jede Minute circa 2200 Meter Papier – und das bei einer Arbeitsbreite von 8,10 Meter. Ein VW-Golf könnte fast im Doppelpack auf dem Papierstreifen einparken.

Wenn ein Tambur vollgelaufen ist, also eine der Walzen, die am Ende der Maschine das fertige Papier aufrollen, bringt der 60 Tonnen auf die Waage. 140 bis 150 Kilometer Papier warten dann darauf, geschnitten und auf kleinere Rollen umgespult zu werden. Solche, die Zeitungshäuser in ihre Rotation einspannen. Die rollen wie von Zauberhand gesteuert über

Schienen im Fußboden durch die Fabrikhalle. Faszinierend.

In der Papierfabrik in Hürth wird rund um die Uhr Papier produziert. Rund 120 Angestellte in der Papiermacherei, Elektrik und Schlosserei kümmern sich im Schichtdienst darum, dass die Maschine aus altem Papier neues Zeitungspapier fertigt. Und zwar solches, das gern von Verlagshäusern für den Druck von Tageszeitungen verwendet wird.

UPM gehört zu den führenden Herstellern von Pressepapieren. Der Konzern zählt weltweit 18 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 7 700 von ihnen sind im Papierbereich beschäftigt. In 15 Fabriken, sieben davon in Deutschland, werden insgesamt 7,3 Millionen Tonnen Papier hergestellt. Hochwertige, feine Papiere sind dabei. Und solche, die schlicht, zweckmäßig, stabil und nicht teuer sein dürfen – eben Zeitungspapier.

„Nachhaltiges Bewirtschaften ist für einen Papierhersteller heutzutage zwingend“, sagt Lars Leminsky, Sales Manager bei UPM. Das fange bei der

Fertig: Die dicken Papierrollen fahren auf einer Art Transportband von der Papiermaschine zur nächsten Station. Hier werden die Rollen eingepackt. Kollege Roboter übernimmt die Arbeit. | Fotos: Wilfried Gerharz

»Nachhaltiges Bewirtschaften ist für einen Papierhersteller heutzutage zwingend.«

Lars Leminsky

soliden Bewirtschaftung der Wälder an und höre bei der umweltschonenden Produktion längst noch nicht auf. In mehreren Werken in Deutschland wird aus 100 Prozent Altpapier neues Papier gefertigt. Zum Beispiel in Hürth: Tag für Tag rollen hier Lkw in die Fabrik, um Altpapier abzuladen. Das stammt aus Haussammlungen und bietet eine bunte Mischung: Tageszeitungen, Zeitschriften, Schulhefte, Briefe, geschredderte Kontoauszüge, Werbeprospekte, Geschenkpapier, Kataloge. „Auch Omas Sparbuch könnte dazwischen liegen“, sagt Sven Freyholdt mit Blick auf die Massen im Altpapierlager. Doch das, so erklärt er später am Herzstück der Fabrik, der Deinking-An-

lage, wird rausgefiltert. Nicht, um es der Oma zurückzugeben. „Es lässt sich gar nicht auflösen und stört den Herstellungsprozess.“ Genau wie Kartonagen. Die würden braune Schlieren ins Papier bringen. Deshalb werden sie erst gar nicht eingesetzt.

All das, was in der Fabrik an alten Papieren ankommt, wird mit dem Radlader vorsortiert und auf breiten Transportbändern in die Fabrik eine Etage über dem Altpapierlager befördert. Dort wird weiter sortiert, Fremdkörper von der Büroklammer bis zur Plastikhülle automatisch entfernt. Dann geht es zur Deinking-Anlage. Um das alte Papier zu neuem Papier zu verarbeiten, muss die Farbe vom Papier gewaschen werden. Das geht mit Wasserstoffperoxid, einem Mittel, das im Friseurhandwerk für das Bleichen von Haaren bekannt ist. Dazu gesellen sich Fettsäure und jede Menge Wasser.

In großen Trommeln wird das Papier hin- und hergeschleudert. Von einem Tank geht es in den nächsten. „Stufe für Stufe wird der Papierbrei

heller“, erklärt Sven Freyholdt. Die Technik ist ausgeklügelt. Da wundert es kaum, dass die gesamte Papiermaschine mehr Stell- und Regelmöglichkeiten besitzt als ein Jumbo-Jet. Aus den bedruckten Papierfitzeln wird am Ende ein sauberer und reiner Stoff. Besonderes Augenmerk gilt den Papierfasern: Die dürfen nicht zerstört werden, da sie dem Papier seine Stabilität geben. Sechs bis sieben Mal lässt sich Papier recyceln – dann ist Schluss, die Fasern werden zu kurz.

Ist der Brei rein gewaschen, wird er zur Papiermaschine transportiert. Die Masse wird zwischen zwei Siebe gespritzt. Noch reden Fachleute von Stoff – nicht von Papier. Der Stoff ist nass. Klitschnass. Deshalb muss ihm das Wasser entzogen werden. Über 32 Walzen wandert der Papierbrei deshalb durch eine Art Backofen und wird bei 120 Grad getrocknet. Am Ende kommt das fertige Papier heraus – schön hell. Farbe bekommt es später – wenn die Papierrollen in die Rotation kommen und die Zeitung gedruckt wird.



Altpapier ist nicht gleich Altpapier: Sven Freyholdt, Technical Service Manager, schätzt solche Schnipsel.

Wie auf der Achterbahn



Im Jahr 2018 wurde die Versandhalle des Druckzentrums Aschendorff technisch auf den neuesten Stand gebracht. | Foto: Clemens Marpert

Zwei Bilder tauchen im Kopf auf: der Flughafen mit seinen Kofferbändern und Transportwegen – der Freizeitpark mit der hoch aufragenden Achterbahn. Das Innenleben der Versandhalle im Aschendorff Druckzentrum lässt Besucher staunen. Hier läuft alles rund: Zeitungspakete finden ihre Fahrzeuge, Werbebeilagen das richtige Zeitungsexemplar.

Und so flott wie auf einer Achterbahn geht's tatsächlich zu, wenn der Versand jeden Tag 100 Tonnen gedruckte Produkte bewegt – aktuelle Zeitungen, Prospekte, Vordrucke, Magazine, Themen-Beilagen. Häufig werden sie nur für wenige Stunden zwischengelagert und dann zielgenau in die Zeitungen eingesteckt.

Eine für Außenstehende komplizierte, aber für Fachleute beherrschbare Angelegenheit. Denn wie überall im Unternehmen unterstützt auch in der Versandhalle modernste Technik die Prozesse, an deren Ende die exakt konfektionierten Pakete stehen. Ob bei der Zeitungszustellung am frühen Morgen oder der Zusendung auf dem Postweg – diese Pakete

Modernste Technik unterstützt die exakte Konfektionierung der Zeitungspakete.

müssen so zusammengestellt und adressiert sein, dass sie termingegenau den richtigen Empfänger erreichen. Im Aschendorff Druckzentrum wird in der sogenannten Offline-Produktion gearbeitet. Die gedruckten Zeitungen gelangen über die mit gelben Greifern versehenen Transportketten von der Rotation in die Versandhalle und werden dort zunächst auf große „Disc-Träger“ aufgewickelt. Durch dieses Vorgehen können der Druck, die Zusammenstellung und Weiterverarbeitung der Zeitung in der Versandstraße unabhängig voneinander erfolgen. Die großen Wickeltrommeln sind stabil genug, um bis zu 20 000 Vorprodukte aufzunehmen und diese platzsparend und schonend zwischenzulagern. Bewegt werden die mannshohen Träger mit einem speziellen Gabelstapler.



Im Jahr 2018 wurde die Versandhalle des Aschendorff-Druckzentrums, die über drei leistungsstarke Versandanlagen der in der Schweiz ansässigen Firma FERAG verfügt, modernisiert. Zwei der Linien sind auf dem neusten Stand der Technik. An diesen Anlagen können bis zu 18 Beilagen über ein sogenanntes Flystream in Verbindung mit einer Einstecktrommel und den jeweils drei Packstraßen pro Anlage weiterverarbeitet werden. Auch das Aufbringen eines Titelstickers auf der Zeitungsseite eins, ist mit

diesen beiden Linien möglich. Die dritte Linie hat zwar ein älteres Baujahr, ist aber durch ein Retrofit für die Anforderungen der heutigen Produktionen modernisiert worden. Es besteht die Möglichkeit bis zu 22 Beilagen mit dieser Maschine zu verarbeiten. Das Einstecken so vieler Beilagen wird bei den Produktionen für die Gratiszeitungen gefordert. Aschendorff steckt nicht nur Beilagen ein. Daneben wird auch geschnitten, geheftet, adressiert und sortiert. Und Zeitungen oder Zeitungsdruck-

Zum Thema

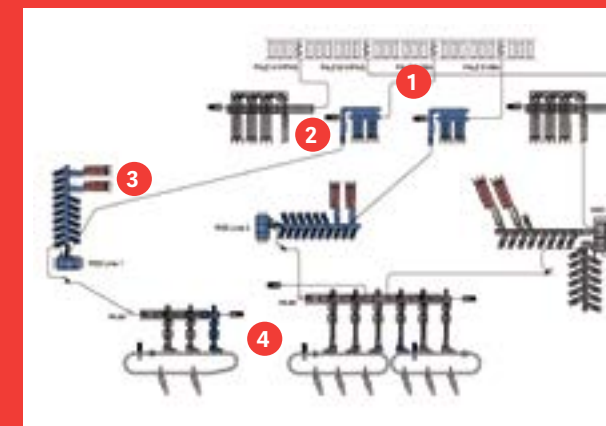
Versandraum

Transportketten an den Decken, lange Förderbänder, ein Maschinenpark, der in Windeseile abwickelt und verpackt – im Versandraum des Druckzentrums Aschendorff prägt die Technik das Bild. Es bedarf schon einer grafischen Darstellung, um die Abläufe am Boden zu verstehen.

Über **Transportketten (1)** gelangen die Zeitungen von der Rotation in die Versandhalle und werden dort auf **Disc-Träger (2)** aufgewickelt. Durch dieses Vorgehen, das auch als „Offline-Produktion“ bezeichnet wird, können der Druck und die Weiterverarbeitung der Zeitung in der Versandstraße unabhängig voneinander erfolgen. Mögliche Störungen in einem der Bereiche wirken sich so nicht unmittelbar negativ auf den anderen Bereich aus. Während der weiteren Verarbeitung werden die Zeitungen und vorproduzierte Zeitungsteile wieder von den Disc-Trägern abgewickelt und in den **Einstecktrommeln (3)** mit weiteren Beilagen wie Werbesprosken „zusammengeführt“. Bis zu 18 Produkte können auf diesem Weg der Zeitung beigelegt werden.

An den **Verpackungseinheiten (4)** werden die Zeitungen anschließend vollautomatisch zu Paketen verschnürt. Parallel werden wichtige Informationen für die Zustellerinnen und Zusteller hinterlegt.

Über in Höhe und Ausfahrweite verstellbare Förderbänder wird jedes Paket exakt dem jeweiligen Fahrzeug zugeordnet.



sachen in alle Himmelsrichtungen und Haushalte versendet oder verteilt. Dienstleistung auf hohem Niveau – so wie bei Druckvorbereitung, Druck und Versand.

Die jüngsten Investitionen in der Versandhalle kommen nicht nur den Leserinnen und Lesern, die Tag für Tag ihre gewünschte Lokalausgabe erhalten wollen, sondern auch dem Werbemarkt zugute. Beilagen können passgenau für bestimmte Regionen eingesteckt werden. Eine Leistung, die auch Druckkunden zu schätzen wissen.

Thema Logistik

Die tägliche Herausforderung

1000 Zusteller

verteilen die Tageszeitungen per Auto, Fahrrad oder zu Fuß.

über 66 000

Tageszeitungen des Westfalen-Blatts werden täglich ausgeliefert

3500 adressierte Zeitungspakete

verlassen das Druckhaus Aschendorff.

Rund 150 000 Tageszeitungen

werden pro Tag an die Haushalte im Münsterland verteilt.

2500 km

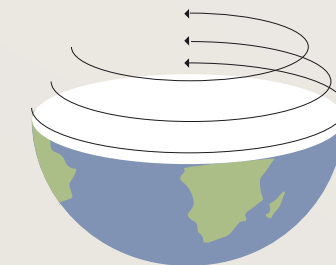
legen die Auslieferungsfahrzeuge der Aschendorff-Logistik pro Nacht zurück.



| Quelle: AriSys/Shutterstock.com

**Aschendorff Logistik sorgt
rund um die Uhr für eine
professionelle Zustellung**

In 15 Tagen um die Welt



Zählt man die Streckenlängen der Routen, die wir und unsere Zustellerinnen und Zusteller für alle unsere Produkte in 15 Tagen zurücklegen, zusammen, ist das eine Gesamtstreckenlänge, die mehr als einmal um die gesamte Erdkugel geht.

Wind, Regen, Eis und Schnee – darauf hat die Aschendorff-Logistik keinen Einfluss. Aber ansonsten tut sie alles Menschenmögliche, um die pünktliche Zustellung der Tageszeitungen und die verlässliche Lieferung im Münsterland sicherzustellen.

Wenn die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung morgens pünktlich ins Haus kommen, dann hat im Hintergrund das Räderwerk wieder einmal gut funktioniert. Redaktion und Anzeigenverkauf haben die Zeitung mit Nachrichten und Informationen gefüllt, sie wurde gedruckt, ausgeliefert und danach von den Zustellerinnen und Zustellern verteilt. Business as usual im Medienhaus Aschendorff – und Tag für Tag aufs Neue Selbstverpflichtung und Herausforderung zugleich. Jörg Nuxoll, Leiter Logistik, mag seine Aufgabe, „weil der Anspruch hoch ist“.

15 verschiedene Ausgaben der Westfälischen Nachrichten, drei Ausgaben der Münsterschen Zeitung und die Ausgaben aller Partnerverlage werden an der Hansalinie in Münster gedruckt und von den Zustellerinnen und Zustellern der Aschendorff Logistik verteilt: in der Summe wochentags rund 200 000 Zeitungen – am Wochenende deutlich mehr. Hinzu kommen in der Verteilung verschiedenste Fremdzeitungen wie „FAZ“, „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Welt“ sowie Zeitschriften.

Dutzende Spediteure bringen die über 3500 Zeitungspakete in aller Herrgottsfrühe zu den rund 300 zentralen Ablagestellen, wo sie dann von einem Heer von Zustellerinnen und Zustellern übernommen werden. Das Zeitfenster ist denkbar klein: Zwischen dem Drucken und dem eigentlichen Zustellen bleiben am Ende der nächtlichen Produktion gerade mal zwei Stunden.

So etwas setzt ein gehöriges Maß an Professionalität voraus. All das funktioniert nur, wenn ein Rad ins andere greift, die Abonnenten als Kunden gesehen werden, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert sind und alle einen maximalen Qualitätsanspruch ihr Eigen nennen. Die Reklamationsquote beträgt gerade einmal zwei Promille, das bedeutet: Zu 99,7 Prozent ist die Zeitung morgens pünktlich beim Leser. Und in den wenigen Fällen, in denen das mal nicht funktioniert, weil beispielsweise das Wetter einen Strich durch die Rechnung macht, eine Maschine ausfällt oder ein Fahrzeug liegen bleibt, wird die Zeitung sofort nachgeliefert.

Die Herausforderung des Vertriebs liegt in der Organisation. Sie ist das A und O. In den Stadtgebieten muss die Zeitung bis sechs Uhr in den Briefkästen stecken, im ländlichen Raum bis spätestens 7.30 Uhr.

Und dafür sind die Zustellerinnen und Zusteller verantwortlich. Manche arbeiten schon seit mehr als 30 Jahren für Aschendorff, sie sind mit ihren Kunden bestens vertraut. Die Boten agieren weitgehend selbstständig. Das System funktioniert. Tag für Tag und selbst bei widrigsten Umständen wie dem unerwartet heftigen Winter 2010/2011. Damals brach vielerorts fast alles zusammen. „Trotzdem haben über 98 Prozent unserer Abonnenten jeden Tag die WN bekommen“, sagt der damalige stellvertretende Logistik-Leiter Jörg Nuxoll. Daran, dass eine Leserin am Morgen nach dem Kollaps anrief und fragte, wo denn ihre Zeitung bleibe, erinnert er sich mit einem Lächeln.



Bei der Beladung der Auslieferungsfahrzeuge muss es schnell gehen.
| Fotos: Team Wandres



Rund 1100 Zustellerinnen und Zusteller der Aschendorff Logistik sorgen dafür, dass die Zeitung jeden Morgen pünktlich im Briefkasten ist.

Marketing

Mitmachen ist ausdrücklich erwünscht

Nähe zur Leserschaft gehört zum Lebensnerv einer Tageszeitung. Wie stärkt man aber die Verbindung zwischen denen, die die Zeitung machen, und denen, die sie lesen? Eine mögliche Antwort lautet: Indem man das Miteinander in den Fokus nimmt, Plattformen für Begegnungen schafft, informiert, unterhält, zur Diskussion einlädt, immer wieder neu Interesse und Emotionen weckt.

Die WN sind auf diesem Feld seit Jahrzehnten aktiv. Verlag, Redaktion und Marketing verfügen über ein umfangreiches Repertoire. Alles aufzuzählen, würde den Rahmen sprengen.

Beispiel „Kinder-Uni“: Wenn die Westfälischen Nachrichten und die Universität den H1 in Münster für die Acht- bis Zwölfjährigen öffnen, stehen die Steppkes Schlange. Seit Jahren stillen sie dort ihren Wissensdurst, hören gespannt zu, wenn ihnen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auf kindgerechte Art und Weise die komplizierte Welt verständlicher machen. Wie funktioniert Glück? Warum bebt manchmal die Erde? – Jedes Semester der Kinder-Uni hat es in sich. Für die Junghörer gibt es sogar einen eigenen Studierendenausweis. Und wer will, kann wie die Großen nach dem Büffeln in die Mensa gehen.

Beispiel „Abendvisite“: Die Vorträge und Gespräche mit Medizinerinnen und Medizinern der Universitätsklinik Münster sind ein Klassiker, der auch außerhalb der Stadt Nachahmer

gefunden hat. Schließlich zeigt die Marktforschung, dass Fragen rund um die Gesundheit stets interessieren. Jahr für Jahr stehen auch immer wieder neue Themen auf dem Programm. Mehr und mehr kommen Fragen zur Prävention und gesunden Lebensweise zur Sprache. Anfangs fand die Abendvisite im Schloss statt – doch trauten sich vor großer Kulisse nicht alle, Fragen zu stellen. Nach verschiedenen Stationen wird die „Abendvisite“ heute in der Bezirksregierung am Domplatz angeboten.

Beispiel „Sportlerwahl“: Höher, weiter, schneller – die Leistungen und Erfolge der Sportlerinnen und Sportler aus der Region oder einer Stadt rücken bei diesen schon traditionellen Aktionen ins Zentrum. Erst wird gewählt – und dann in der

Erst wird gewählt – und dann in der Regel zünftig gefeiert.

Regel zünftig gefeiert. Organisiert werden die Sportlerwahlen, die es unter anderem mit WN-Beteiligung in Münster, Lengerich, Greven und im Kreis Coesfeld gibt, gemeinsam mit Partnern und Sponsoren. Zu den Highlights dieser Reihe gehört sicherlich die Sportlerwahl in Münster. Dort wird an einem feierlichen Abend in der Jovel Music Hall sogar der „Sport-Oscar“ verliehen.

Beispiel „Kandidaten-Runde“: Vor allem bei den Kommunalwahlen, bei denen es um die Besetzung des Bürgermeisteramts oder die künftige Zusammensetzung des Rates geht, schlägt die Stunde der Lokalredaktionen. Hunderte Leserinnen und Leser verfolgen dann den von der WN-Redaktion moderierten verbalen Schlagabtausch. Für politisch Interessierte ein Muss. Oft ist die Resonanz so groß, dass die Kapazität der Säle von Lengerich bis Lüdinghausen, von Gronau bis Warendorf kaum ausreicht.

Beispiel „Spendenaktion“: Herz zeigen und helfen. Die Westfälischen Nachrichten schaffen es Jahr für Jahr, Menschen zu bewegen, Geld für

die gute Sache zu spenden. Ein ausgezeichnetes Renommee genießt seit Jahrzehnten die „Weihnachtsspenden-Aktion“ in Münster. Zigtausend Euro werden hier dank einer breiten Berichterstattung in jedem Jahr für jeweils mehrere Projekte zusammengetragen.

Aufgrund der guten Erfahrungen sind auch einzelne Aufrufe zu bestimmten Anlässen erfolgreich: So wurde nach dem Hochwasser in Sachsen ein Kindergarten in Eilenburg mit Spenden der Leserinnen und Leser wieder eingerichtet. Unterstützung gab es für die Erdbebenopfer in Haiti, die Taifunopfer auf den Philippinen und ebenso für die Betroffenen des sintflutartigen Regens Ende Juli 2014 in Münster.

Die WN-Kinder-Uni hat inzwischen viele Nachahmer gefunden. Beim Thema „Sport und Bewegung“ ging es im Hörsaal ungewöhnlich lebhaft zu. | Foto: Oliver Werner



Seit Jahrzehnten laden die WN die Leserinnen und Leser immer wieder zu neuen und bewährten Veranstaltungen ein

Jedes Jahr ein Highlight: die „Sportlerwahl Münster“ | Foto: Jürgen Peperhove



Information

Engagierter Medienpartner

Durch zahlreiche Medienpartnerschaften und eigene Veranstaltungsreihen fördern die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung das Leben in der Region. Dabei decken sie ein breites Spektrum ab.

Kultur

Ob beim Konzert in der Jovel Music Hall, beim Stadtfest „Münster mittendrin“ in der Innenstadt, beim Comedy-Event in der Halle Münsterland oder beim Sommernachtskino unter freiem Himmel auf dem Schlossplatz: Unsere Tageszeitungen sind nicht nur aktueller und glaubwürdiger Berichterstatter, sondern auch aktive Begleiter zahlreicher Veranstaltungen. Zudem gibt es ganzjährige Kooperationen u. a. mit dem GOP-Variété-Theater in Münster, der Kulturinitiative Greven sowie der OWL Arena (zuvor: Gerry Weber Stadion) in Halle/Westfalen.

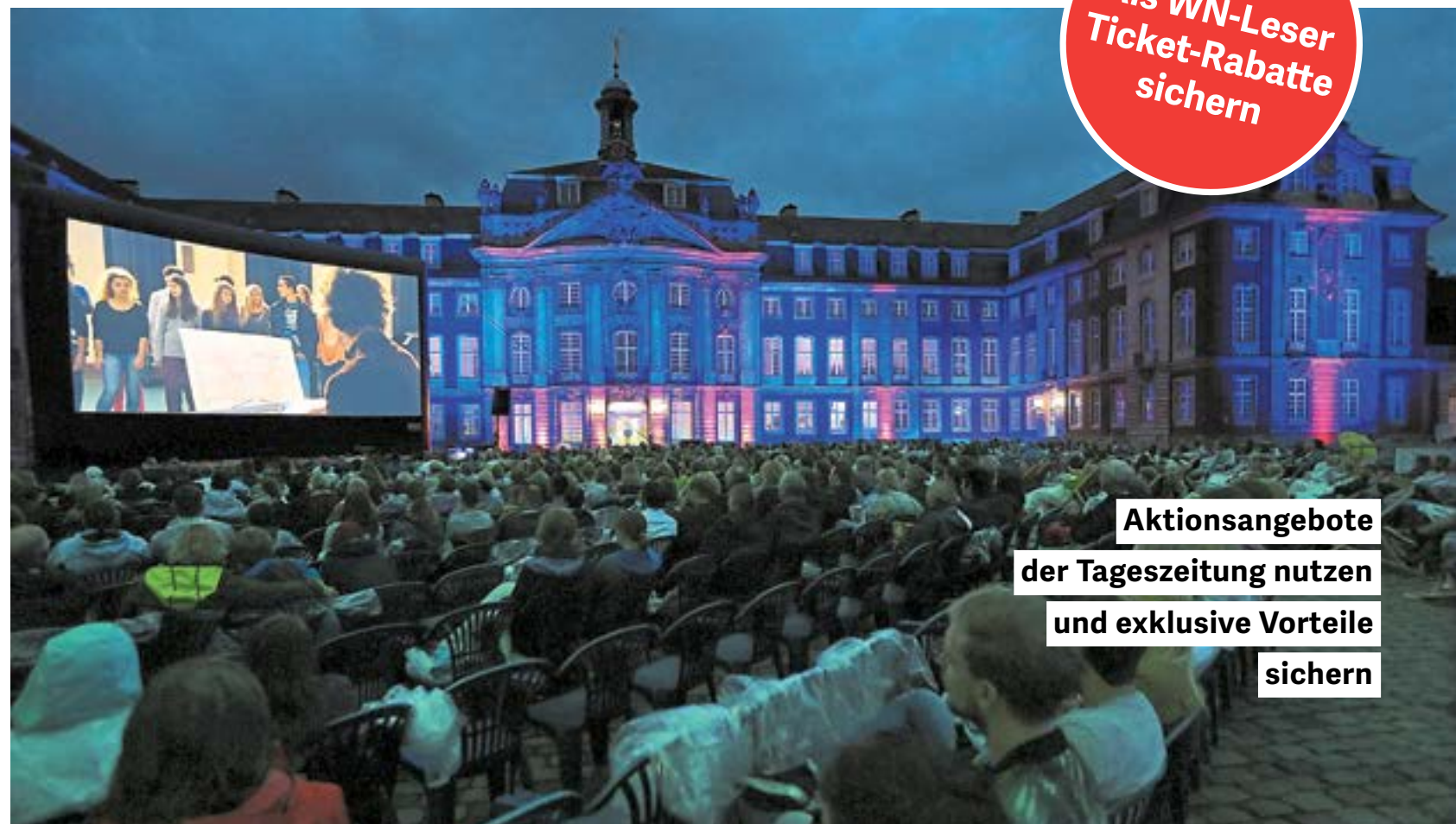
Sport

Vom „Sparda-Münster City Triathlon“ über „K+K-Cup“ und „Turnier der Sieger“ bis hin zum „Volksbank Münster Marathon“ und zum „Sparkassen Münsterland Giro“: Die Westfälischen Nachrichten und die Münstersche Zeitung sind Partner zahlreicher Sportveranstaltungen in Münster und der Umgebung. Mit Ergebnis-Tickern, Hintergrundberichten und Analysen sorgen WN und MZ dafür, dass die Menschen im Münsterland immer näher dran sind am sportlichen Geschehen in ihrer Heimat. Darüber hinaus sind die Westfälischen Nachrichten langjähriger und engagierter Medienpartner des SC Preußen Münster und des USC Münster.

Wissen

Vorsprung durch Wissen: In Zusammenarbeit mit der Veranstaltungsagentur „Sprecherhaus“ bieten die Westfälischen Nachrichten seit vielen Jahren das etablierte Weiterbildungsformat „WN Wissensimpulse“ an. In 90-minütigen Vortragsabenden rund um das Thema Persönlichkeitsentwicklung präsentieren hochkarätige und deutschlandweit bekannte Referentinnen und Referenten ihr Seminar- und Fachwissen. Die Wissensimpulse sind für alle geeignet – jede Branche, jeden Beruf, jeden Bildungsgrad und jedes Alter. Von Politikwissenschaft und Germanistik über Archäologie bis hin zu Psychologie reichen die Themen der beliebten Vortragsreihe „Kinder-Uni“, die die WN gemeinsam mit der WWU und der VHS Lüdinghausen in Münster und Lüdinghausen anbietet. Dort dürfen sich Mädchen und Jungen zwischen acht und zwölf Jahren bei vier bis sechs Vorlesungen pro Reihe wie richtige Studierende fühlen und echte Hörsaal-Luft schnuppern. Bei einer Verlosung können die fleißigen Nachwuchsstudierenden außerdem tolle Preise gewinnen.

Ob Sommernachtskino vor dem Schloss, Konzert im Jovel oder Comedy-Abend in der Halle Münsterland: Die WN sind Medienpartner zahlreicher Veranstaltungen und bieten ihren Abonnenten regelmäßig exklusive „Leser-Vorteile“, die vom Freigetränk bis zum Ticket-Rabatt reichen. | Foto: Oliver Werner



Als WN-Leser
Ticket-Rabatte
sichern

Aktionsangebote
der Tageszeitung nutzen
und exklusive Vorteile
sichern

Information

Musical, Konzert oder Comedy – Bei uns gibt es die Tickets

Ob Termine, Preise, Platzkategorien, Gutscheine oder Verkaufstarts – mit diesen Themen kennt sich das Team des WN-Ticketshops bestens aus.

In unserem Ticketshop in Münster und beim WN-Ticket-Partner in Gronau erhalten Sie Eintrittskarten für fast alle Veranstaltungen bundesweit. Unsere Mitarbeiter beraten Sie gern umfassend in der Geschäftsstelle in Münster.

Sowohl im WN-Ticketshop in Münster als auch beim WN-Ticket-Partner in Gronau halten die Westfälischen Nachrichten eine Vielzahl von Eintrittskarten für kleinere Veranstaltungen in der Region bereit und sind somit Unterstützer vieler lokaler und regionaler Vereine und Verbände.

Zudem hat das Team in Münster direkten Zugriff auf das Karten-System der Städtischen Bühnen.

Eintrittskarten und Tickets, die über das nationale, bekannte Verkaufssystem Eventim vertrieben werden, können ganz bequem von zu Hause aus über unsere Hotline bestellt oder hier online gekauft werden: wn.de/tickets.

Die Rufnummer der WN/Eventim-Tickethotline lautet: 0 18 06. 57 00 67 (der Anruf wird zum Festpreis abgerechnet, die Wartezeit ist kostenlos, 7,50 Euro Service- und Versandgebühr).

WN-Ticketshop

Picassoplatz 3
48143 Münster
Öffnungszeiten:
Mo. bis Fr.: 10 bis 18 Uhr
Sa.: 10 bis 14 Uhr

WN-Ticketpartner Gronau

„Touristinfo Gronau“
Konrad-Adenauer-Straße 45
48599 Gronau
Öffnungszeiten:
Mo. bis Fr.: 9:30 bis 13 Uhr und 14 bis 17 Uhr
Sa.: 9:30 bis 13 Uhr

WN
unterwegs



Immer mehr drin

Eine ganze Seite voller Vorteile:
Seit November 2014 bieten die Westfälischen Nachrichten ihren Leserinnen und Lesern immer mittwochs auf der „AboPlus“-Seite Verlosungen, Rabatte und besondere Aktionen an, von denen sie profitieren können.

Unter dem Titel „Leser-Vorteile“ organisiert das Marketing der WN das ganze Jahr über attraktive Aktionen zum Mitmachen, bei denen die Teilnehmer in den Genuss der guten Kontakte und lang gepflegten Medienpartnerschaften mit professionellen Veranstaltern in der Region kommen. Ob Ticket-Rabatt, Zwei-für-eins-Aktionen, kostenlose Fanartikel oder Gratisgetränk – die Vorteile, von denen die Abonnentinnen und Abonnenten profitieren, sind ebenso vielfältig wie die Veranstaltungen, für die sie angeboten werden. Die verschiedenen Vorteilsangebote finden interessierte Leserinnen und Leser nicht nur in Form von Coupons auf der wöchentlichen „AboPlus“-Seite, sondern zudem auch online unter wn.de/leservorteile.

Neben den vielfältigen Preisvorteilen werden auch immer wieder Eintrittskarten für hochkarätige Veranstaltungen verlost – sogar wenn diese schon längst ausverkauft sind. Ob Konzert, Comedy oder Sportveranstaltung – das Angebot ist äußerst vielseitig. Da ist für jeden Geschmack etwas dabei!

Auch ganz besondere Momente, die für Geld nicht zu kaufen sind, machen die WN möglich –

zum Beispiel ein Blick hinter die Kulissen der Musical-Produktion „Das Phantom der Oper“ inklusive Meet & Greet mit dem Cast.

Attraktive Kartenverlosungen für Konzerte, Show- oder Comedy-Abende, Rätsel und Gewinnspiele bietet das Aschendorff Marketing auch den Leserinnen und Lesern von Münsterscher Zeitung und Grevener Zeitung. Abonnentinnen und Abonnenten finden diese alle zwei Wochen mittwochs auf der „MZ exklusiv“-Seite.

Unter dem Motto „WN unterwegs“ führen die Westfälischen Nachrichten ihre Leserinnen und Leser zu den schönsten Plätzen der Region, Deutschlands und sogar Europas. Vom Blick hinter die Kulissen des NRW-Landtags oder des Trainingsbergwerks Recklinghausen über den Besuch in Europas größter Gärtnerei bis hin zur mehrtägigen Kunstreise in die Niederlande oder auch zur entspannten Frühjahrsreise auf die Sonneninsel Sylt reicht das vielfältige Angebot der Leserreisen. Jeden Monat stehen gleich mehrere Tagesausflüge zu Themenschwerpunkten wie Geschichte und Politik, Kunst und Kultur, Genuss oder Technik auf dem Programm, das die Westfälischen Nachrichten gemeinsam mit dem Veranstalter Chrono Tours zusammenstellen. Hinzu kommen exklusive Kurztrips und Mehrtagesreisen. Begleitet werden alle Tagestouren und Reisen von einem „WN unterwegs“-Gastgeber, der den Reiset Teilnehmern jederzeit für Fragen und Anregungen zur Seite steht.

Abonnentinnen und Abonnenten der Westfälischen Nachrichten können alle „WN unterwegs“-Angebote, die Woche für Woche – in der Regel immer montags – auf einer Sonderseite in den WN zu finden sind, zum Vorzugspreis buchen. Eine Übersicht über alle Tagesausflüge und Mehrtagesreisen sowie Informationen zur Buchung finden interessierte Leserinnen und Leser auch online unter wn.de/unterwegs.

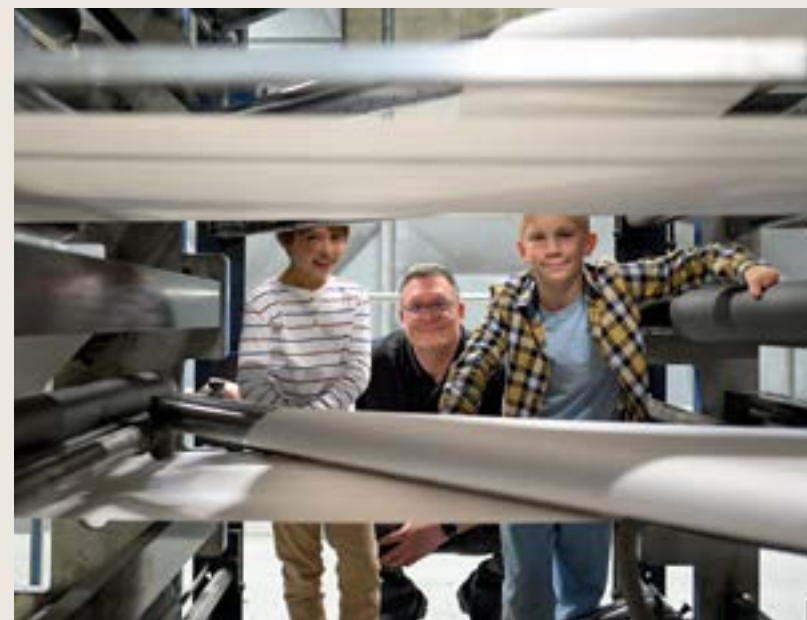


Auf der „AboPlus“-Seite bietet das Marketing den WN-Abonnentinnen und -Abonnenten regelmäßig Verlosungen, Ticket-Rabatte und viele weitere Aktionen.

Für kleine Leserinnen und Leser

Ein klasse Projekt

Das Medienprojekt Klasse! ist seit 22 Jahren Partner
für Schulen. In dieser Zeit haben über 220.000
Schülerinnen und Schüler mit uns die Zeitung entdeckt.



| Foto: Jürgen Christ

Lust aufs Lesen

Klasse! heißt das Medienprojekt der Westfälischen Nachrichten, das Kindern und Jugendlichen Lust aufs Lesen der Tageszeitung machen möchte. Seit Herbst 2002 bieten die Westfälischen Nachrichten das kompakte Medienprojekt Klasse! für die weiterführenden Schulen an. Der Zulauf ist enorm. Zwischen 450 und 500 Klassen nehmen jedes Jahr daran teil. Das freut uns – und spornt uns an: Wir haben mit Klasse! einen Weg eingeschlagen, den die Schulen mitgehen.

Kleine und große Klasse

Zielgruppe für unser Medienprojekt sind die vierten Jahrgänge der Grundschulen und die achten Klassen an den weiterführenden Schulen. Grundsätzlich sind wir offen für alle, die Interesse haben, Unterricht mit der Zeitung zu machen. Das kann eine Berufsschule sein, eine Förderschule, auch Oberstufenkurse, die sich einem speziellen Thema widmen möchten.

Wir liefern die Print-Ausgabe oder unser ePaper im Rahmen von Klasse! in die Schule. Je nach Niveau kann unterschiedlichst mit der Zeitung gearbeitet werden. In Zeiten wie diesen, wo jeder Informationen teilen kann, ist es wichtiger denn je, seriöse Nachrichten von Fake News unterscheiden zu können. Werkzeuge, wie sich Desinformationen erkennen lassen, vermittelt das Klasse!-Projekt.

Wer Fragen zum Projekt hat, kann sich
in der **Projektreaktion (0251.690 907 105)**
melden oder sich online anmelden unter
wn.de/klasse.

| Foto: iStock.com/
PeopleImages

Service für unsere Leser

**Persönlich, am Telefon, per
E-Mail oder online: Bei jeder Frage
stehen wir gerne für Sie bereit.**



3D-Rundgang durch das Aschendorff Druckzentrum

Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen: Entdecken Sie in unserem virtuellen Rundgang, wie Ihre Tageszeitung entsteht – von der Redaktion bis zum Zeitungsdruck. Scannen Sie den QR-Code oder besuchen Sie wn.de/3D-Besichtigung.



Sie möchten sich über ein Abonnement der Westfälischen Nachrichten oder der Münsterschen Zeitung/Grevener Zeitung informieren oder haben Fragen zu Ihrem bestehenden Tageszeitungsabonnement oder privaten Kleinanzeigen? Dann sind Sie hier genau richtig.

Sie haben Fragen zu Ihrer Tageszeitung?

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine E-Mail.

Westfälische Nachrichten
0251.690-0
kundenservice@wn.de

Münstersche Zeitung/Grevener Zeitung
0251.592-0
kundenservice@mz.ms

Montags bis freitags sind wir von 6 bis 18 Uhr für Sie da, samstags erreichen Sie uns zwischen 6 und 12 Uhr.

Service vor Ort

Sie möchten mit Ihrer Lokalredaktion Kontakt aufnehmen oder sich bei einem unserer Servicepartner in Münster und dem Münsterland über ein Abonnement informieren? Kein Problem. Alle Adressen finden Sie auch online unter:

www.aschendorff.de/service



Meine WN

Ob Urlaub oder Umzug – in unserem exklusiven Abo-Service-Bereich verwalten Sie Ihr Abo bequem und unkompliziert selbst von zu Hause aus.

einfach
schnell
online



Abo ganz einfach selbst verwalten unter:

meine.wn.de

und

meine.mz.ms

