

Hiltrup heute und morgen -
Überlegungen zu einem Redaktionskonzept

Adressaten: Alle Wahlbürger
einschließlich
- Unpolitische
- Geschäftsleute
- CDU-Sympathisanten

Ziele: 1. Sachargumente der SPD bekanntmachen
2. Sympathiewerbung für Exponenten der SPD
Sympathiewerbung ist Voraussetzung dafür, daß
Sachargumente akzeptiert werden: wen ich ablehne
oder nicht kenne, dem glaube ich nicht.

Dafür ist
erforderlich: Charakter eines Markenartikels

Die Zeitung muß den Flugblatt-Charakter ablegen
(sporadische Erscheinungsweise, unzuverlässige
Verteilung, grausliches Erscheinungsbild).

Der personelle und finanzielle Aufwand lohnt sich
nur, wenn die Zeitung dem Leser in positiver
Erinnerung bleibt.

Wege dahin: - regelmäßige Erscheinungsweise
- lockeres, freundliches Erscheinungsbild
- 1. Seite nicht wie eine Todesanzeige aufziehen
- Kopf ruhiger/klarer gestalten, mehr am üblichen
Zeitungskopf orientieren;
Alternative: Magazinaufmachung
- Satz vierspaltig
- stärker gliedern
- 1/3 des gesamten Platzes für Gestaltungsmittel
verwenden (Fotos/Comics/Leerräume/Anzeigen)

- Satz: der Nadeldrucker liefert selbst im NLQ-Modus ein grauenhaftes Satzbild. Es verschlechtert sich noch beim Druck. Jeder Buchstabe sieht aus, als hätten ihn die Ratten angenagt. Dem Kopf sieht man an, daß er mit einer alten Schere aus dicker Pappe geschnitten ist (oder nicht?).

Professioneller Lichtsatz ist unverzichtbar!!

- Anzeigen: Anzeigenfreiheit suggeriert sofort die Parteilichkeit. Die Aufnahme von Anzeigen
- erhöht die Seriösität
 - lockert als Gestaltungsmittel das Erscheinungsbild auf
 - verpflichtet nicht zur 'Schere im Kopf'
 - bringt das Geld 'rein, das für ein vernünftiges Erscheinungsbild unerlässlich ist.

- Persönliches: 'Objektive' Argumente sind strohtrocken. Der Leser will wissen, wer die und die Position vertritt - auch auf der Gegenseite. Also:
- Ratskandidaten als Menschen vorstellen
(Christian: Familienvater/Warum ich vier Kinder wollte....
Uwe: Alt-Hilfsträger für den neuen Rat....)
 - auf Sach-Fotos immer mindestens einen SPD-Exponenten zeigen
 - den Gegner als Menschen akzeptieren:
Interview + Foto des Glasurit-Geschäftsführers
usw

- Kinderseite: Prüfen, ob und mit welchem Ergebnis die Kinderseite überhaupt gelesen wird:
- Schriftbild der Sommer-Ausgabe schier unlesbar
 - die Eltern entscheiden, ob sie die Seite an

ihre Kinder weitergeben (Zeitungen sind
'Erwachsenen-Sache'):

SDU-Sympathisanten werfen die Zeitung wahr-
scheinlich sowieso weg;

viele werden die Zeitung als Agitations-/
Parteiwerbematerial einstufen und deshalb
nicht an ihre Kinder weitergeben

- und falls doch mal ein Kind die Zeitung in die
Finger bekommt:

Urteil meiner Kinder

"Total beknackt" (11 und 14 Jahre)

"'n bißchen komisch" (10 Jahre)

- Witze, Kinderseite usw werden zunächst von
Erwachsenen gelesen. Die Kinderseite muß so
gut sein, daß sie den erwachsenen Leser zum
Weiterlesen motiviert. Wenn man das Niveau nicht
schafft, sollte man es lieber gleich lassen.