

# Jahres- bericht 2023

---





# Wir sind MADSACK

Impressionen aus 2023



# Inhaltsverzeichnis

---

4 Editorial

6

---

## Digitalstrategien und Erfolge 2023

- 8 Wir sind MADSACK: Neuauflage in 2023
- 12 MADSACK Digital Track: Unsere Strategie für unabhängigen Regionaljournalismus in der digitalen Welt
- 14 MADSACK wächst: Die DDV Mediengruppe wird Teil eines starken Verbunds
- 16 MADSACK setzt Maßstäbe – Lokalmedien auf dem Weg zur Digitalisierung
- 20 RND OnePlatform: Vorreiter und Begleiter des digitalen Regionaljournalismus
- 22 Mehr als 70 Verlagspartner
- 24 Die RND-Chefredaktion: Drei Fragen an Sven Oliver Clausen
- 26 OneRoute: Wir variabilisieren unsere Zustellkosten
- 28 Zukunftssicherung durch Nachhaltigkeit – MADSACKs Verantwortung heute und morgen

32

---

## Unsere DNA ist und bleibt Journalismus

- 34 Wie können wir unseren Lokaljournalismus noch relevanter machen?
- 36 Engagement für Transparenz und versteckte Wahrheiten
- 38 Das Leseerlebnis für die zweite Tasse Kaffee am Sonntag
- 39 Die Vielfalt des Erzählens – Podcasts als gesellschaftlicher Impulsgeber
- 42 Ein himmlisches Dankeschön zum 175. Geburtstag der PAZ
- 43 Polit-Talk „Markus Lanz“ wird 15 Jahre alt
- 44 Preisgekrönte Arbeit: Auszeichnungen für MADSACK-Kolleginnen und Kollegen

---

47 Impressum

# Editorial

## Liebe Leserinnen und Leser,

mit dem Jahr 2023 liegt ein wirtschaftlich schwieriges Jahr hinter Deutschland. Zum Jahresende sank das Bruttoinlandsprodukt der größten Volkswirtschaft der Europäischen Union um 0,3 %. Die damit verbundenen Herausforderungen waren auch für die MADSACK Mediengruppe spürbar, insbesondere die Werbebereitschaft war von deutlicher Zurückhaltung geprägt. Zudem ging die gedruckte Auflage unserer Tageszeitungen stärker zurück als in den Vorjahren – ein Trend, den alle Zeitungsverlage in Deutschland spüren.

Trotz dieser Herausforderungen sind wir erneut ein gutes Stück unseres Weges vorangekommen. Wir sind mehr denn je überzeugt, dass Journalismus auch in einer digitalen Welt seine Leserinnen und Leser findet und ein erfolgreiches Geschäftsmodell bleibt.

Anfang des Jahres 2023 überschritt MADSACK die Marke von 200.000 reinen Digital-Abonnements. Dieses starke digitale Wachstum basiert auf steigenden Reichweiten und einer intensiveren Nutzung unserer journalistischen Online-Angebote. Wir werden digital relevanter. Unser digitaler Werbeumsatz stieg 2023 um rund 10 %. Im RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) und mit unserer Publishing-Plattform RND OnePlatform konnten wir weitere bedeutende Verlagspartner in ganz Deutschland gewinnen, die in ihrer digitalen Transformation unserer Expertise vertrauen.

An der Digitalisierung unserer Mediengruppe haben Kolleginnen und Kollegen aus allen Regionen mitgewirkt. Ein viel beachtetes Projekt, das branchenweit Maßstäbe setzte, konzentrierte sich auf den Landkreis Prignitz in Brandenburg, eine der am dünnsten besiedelten Regionen Deutschlands. Eine kostendeckende Zustellung der gedruckten Zeitung ist hier – und auch in anderen ländlichen Regionen – nicht mehr möglich. Statt eines journalistischen Rückzugs jedoch, startete die MADSACK Mediengruppe eine Digitaloffensive und etablierte in der Prignitz neue digitale Angebote. Ein Jahr später können wir von einem großen Erfolg sprechen. Wir verzeichnen mittlerweile deutlich mehr Digitalabonnements als wir Printabonnements hatten. Hochwertiger, kritischer und unabhängiger Journalismus kann auch in einer digitalen Zukunft bestehen.

Ein wichtiger Meilenstein für uns war 2023 zweifellos die Akquisition der DDV Mediengruppe aus Dresden, eine der umsatzstärksten regionalen Mediengruppen in Deutschland.

DDV hat mit einem starken Team und viel Kreativität bereits viele Erfolge erzielt. Der unternehmerische Ansatz und ihre starken Medienmarken wie z. B. Sächsische Zeitung, Tag24 oder PostModern, ergänzen unseren Verbund optimal.

Diese und viele weitere Projekte bestätigen unsere langfristig angelegte Strategie, als starker Unternehmensverbund und

Partner für Verlage in ganz Deutschland die Digitalisierung zu meistern. Wir sind wirtschaftlich und verlegerisch sehr gut aufgestellt und machen stetige Fortschritte auf unserem Weg zu einem nachhaltig digitalen Medienunternehmen. Wir blicken voller Zuversicht in die Zukunft!

Ich bedanke mich im Namen der Geschäftsführung bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Führungskräften sowie dem Aufsichtsrat und den Gesellschaftern der MADSACK Mediengruppe sehr herzlich für die erfolgreiche Zusammenarbeit.

Mit besten Grüßen

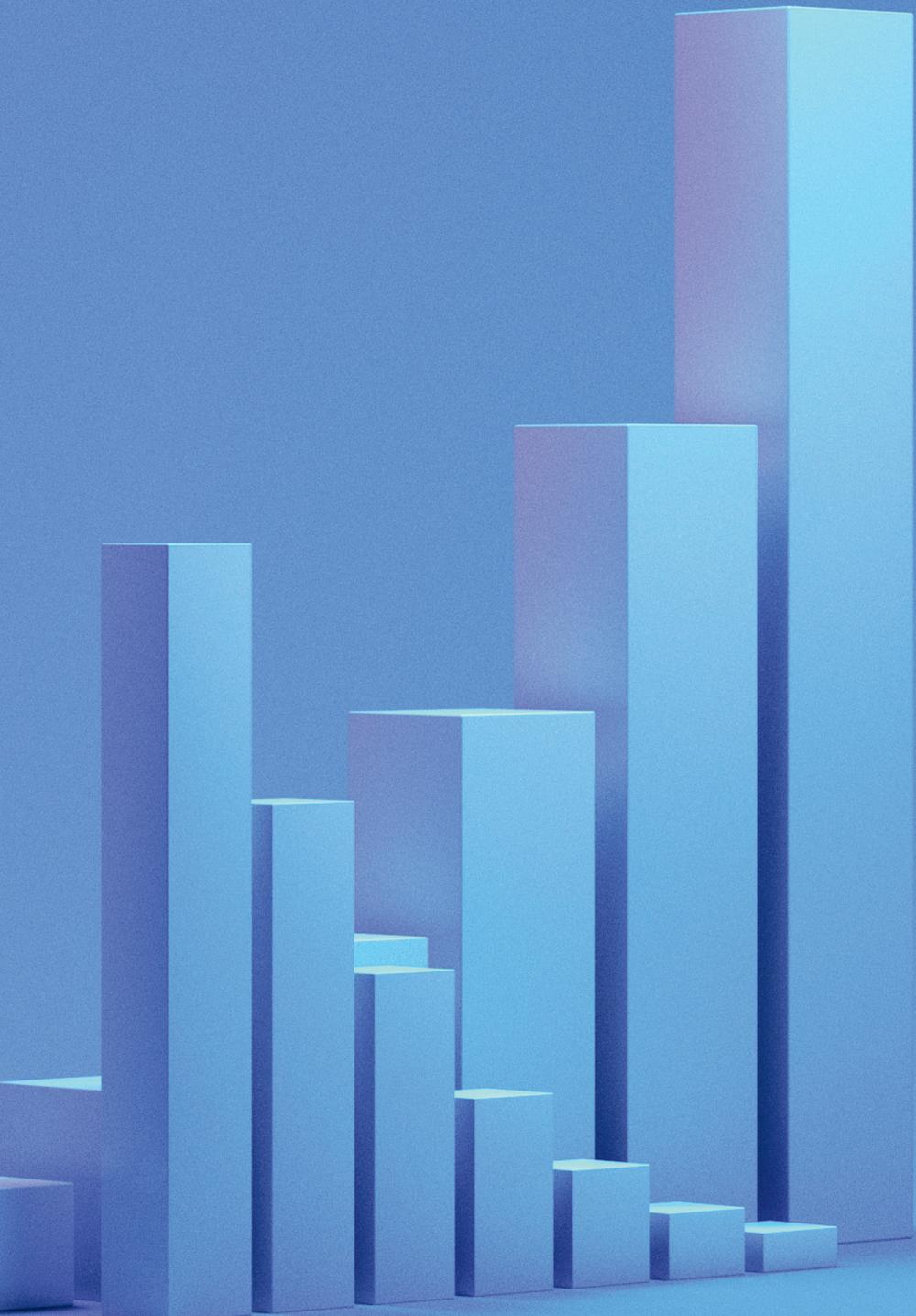


**Thomas Düffert**  
Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung  
der MADSACK Mediengruppe



# Digital- strategien und Erfolge 2023

---



# Wir sind MADSACK: Neuaufgabe in 2023

---

Wir sind  
**MADSACK** 

Regional erfolgreich in einem starken Verbund

---

## Unser Selbstverständnis wird digitaler

---

Die MADSACK Mediengruppe hat seit ihrer Gründung im Jahr 1893 bewegte Zeiten erlebt – nicht nur gesellschaftliche Umbrüche, sondern auch fundamentale Veränderungen der Medienlandschaft. 1893 gab es noch kein Radio, kein Fernsehen, kein Internet. In nicht allzu ferner Zukunft wird es vielleicht keine gedruckte Tageszeitung mehr geben, dafür aber neue publizistische Produkte, die wir heute noch gar nicht kennen.

Wandel ist für uns also ein ständiger Begleiter und sich immer wieder neuen Zeiten und Herausforderungen zu stellen, hat MADSACK stets ausgezeichnet. Wir sind uns dabei aber immer treu geblieben. Glaubwürdigkeit, Qualität, Journalismus – das sind für uns nicht nur Schlagworte, sondern Grundwerte, die für uns seit unserer Gründung unverrückbar feststehen. Und auch wenn das Geschäftsmodell Print langsam an sein Ende kommt, sind wir wie einst August Madsack überzeugt von der Zukunft und dem Wert regionaler und lokaler Medien.

Genau deswegen gilt für uns nun schon seit einiger Zeit:

**Wir sind ein digitales Medienunternehmen.**

Diese Positionsbestimmung haben wir 2023 in der aktualisierten Neuaufgabe unseres Selbstverständnisses „Wir sind MADSACK“ festgehalten:

1.

**Wir sind überzeugt: Regionale und lokale Medien haben Zukunft.**

Die demokratische und moderne Gesellschaft will kontrovers diskutieren, sie will Transparenz und einen breiten Austausch von Ideen – gerade, wenn es um Themen vor der eigenen Haustür geht. Deshalb werden regionale und lokale Medien auch in Zukunft so wichtig bleiben, wie sie gestern waren und heute sind. Wir sind es, die die Gemeinschaft vor Ort erst zusammenbringen.

2.

**Wir betreiben das soziale Netzwerk der Regionen.**

Die besondere Kraft der regionalen Medien liegt darin, dass sie am nächsten an den Menschen sind. Regionale und lokale Medien, die sich als Teil ihrer Heimat begreifen, beschränken sich nicht allein auf die Berichterstattung des Zeitgeschehens vor Ort, sondern bieten ein Forum, über das Menschen sich selbst und anderen helfen können.

3.

**Wir halten einen Schatz in unseren Händen: Glaubwürdigkeit.**

Die gedruckte Tageszeitung war aus Sicht der Deutschen jahrzehntelang das verlässlichste und glaubwürdigste Medium – und ist es trotz sinkender Druckauflagen immer noch. Wir sind entschlossen, dieses Vertrauen niemals zu enttäuschen. Integrität und Redlichkeit dürfen im Alltag von Redaktionen und Verlagen niemals aufgegeben werden.

4.

**Wir schließen mit unseren Abonnenten ein Bündnis für Qualität.**

Unsere Abonnentinnen und Abonnenten sollen rund um die Uhr die Gewissheit haben, dass sie die am besten informierte und am besten vernetzte gesellschaftliche Gruppe in ihrer Region sind. Nur wenn unsere journalistischen Produkte unverzichtbare Lebensbegleiter unserer Leserinnen und Leser sind, werden wir langfristig erfolgreich sein.

5.

**Wir sehen unsere Kunden als Nachbarn.**

Regionale und lokale Werbemärkte sind für uns nicht nur abstrakte Gebiete, sondern Heimat. Wir kennen die Bewohnerinnen und Bewohner sowie die lokalen Besonderheiten. Wir sind in der Region tief verwurzelt und setzen auf solide, langjährige Geschäftsbeziehungen.

6.

**Wir sind ein journalistisches Unternehmen – und mehr.**

Die DNA der MADSACK Mediengruppe ist Journalismus. Unser Fokus liegt auf unseren publizistischen Unternehmen und deren nachhaltigem Erfolg. Insbesondere dann, wenn es der Unterstützung dieses Ziels dient, engagieren wir uns aber auch in angrenzenden Geschäftsfeldern.

7.

**Wir sind Partner und Konsolidierer.**

Um den Herausforderungen der Digitalisierung erfolgreich begegnen zu können, haben wir aus einer Vielzahl von Einzelverlagen einen schlagkräftigen Verbund geformt. Auch unseren Partnerverlagen ermöglichen wir mit dem *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) eine nachhaltige wirtschaftliche Zukunftsperspektive.

9.

**Wir sind ein digitales Medienunternehmen.**

Das Mediennutzungsverhalten der Menschen hat sich fundamental verändert. Journalismus muss auch in einer digitalen Welt ein aus sich selbst heraus funktionierendes Geschäftsmodell bleiben, um unabhängig zu sein. Die erfolgreiche Gestaltung des Transformationsprozesses zu einem digitalen Medienunternehmen ist die größte und wichtigste Aufgabe für uns alle bei MADSACK.

8.

**Wir bleiben erfolgreich, weil wir uns verändern.**

Die Arbeitswelt wandelt sich ständig. Berufsbilder, die noch vor 50 Jahren einen Großteil unserer Belegschaft ausmachten, gibt es schon lange nicht mehr. Nur wenn wir uns diesem Wandel weiterhin mutig stellen, werden wir auch in Zukunft die vielfältigen Herausforderungen meistern.





■ Umsatz Digital  
■ Umsatz Print

Unser Digitalanteil wächst!

# MADSACK

## Digital Track:

Unser Weg für unabhängigen Regionaljournalismus in der digitalen Welt

Alle Zeitungsverlage stehen derzeit vor derselben Frage: Wie können sie auch im 21. Jahrhundert ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden und gleichzeitig ihre wirtschaftlichen Ziele erreichen? MADSACK hat sich dieser Herausforderung bereits im Jahr 2013 entschlossen gestellt und seitdem aus einer Vielzahl von Einzelverlagen einen starken Verbund wachsen lassen. Aufgaben, die nur einmal für alle Verlage erbracht werden müssen, werden von zentralen Einheiten geliefert, und das in einer Qualität, die sich ein einzelner Verlag nie leisten könnte. Für uns heißt diese Form der Konsolidierung:

Qualitätsjournalismus und unternehmerischer Erfolg werden gleichzeitig möglich.

So ist aus einem Unternehmen, das 1893 mit dem *Hannoverschen Anzeiger* startete, inzwischen ein Konzern mit vielen eigenen erfolgreichen Medienmarken und zahlreichen Partnerverlagen geworden. Wirtschaftlicher Erfolg ist die Basis von allem: Nur dann, wenn Medienunternehmen auch im ökonomischen Sinn gewinnbringend arbeiten, können sie den Erwartungen ihrer Mitarbeitenden und der Gesellschaft gerecht werden. Nur dann wahren sie ihre journalistische Unabhängigkeit und können die Herausforderungen der Zukunft meistern.

RND *OnePlatform*, die Publishing-Plattform, die Partnerverlage in ganz Deutschland bei der digitalen Transformation begleitet, war 2022 unser nächster großer Schritt, um in der digitalen Medienwelt weiterhin erfolgreich zu sein. Noch im gleichen Jahr entwi-

ckelten wir den MADSACK Digital Track, unsere Digitalstrategie, mit der wir den Digitalanteil unserer publizistischen Erlöse bis 2030 von 15 auf 75 % steigern werden. In mehr als 30 operativen Einzelprojekten wurden 2023 die ersten Erfolge erzielt. Gearbeitet wurde unter anderem an der Weiterentwicklung des E-Papers, des Abo-Shops und der Newsletter-Strategie, an neuen regionalen und überregionalen Inhalten sowie an unserer Arbeitgebermarke und der Rekrutierung von Digital-Know-how.

Schon im Januar 2023 konnten wir unseren ersten großen Erfolg feiern: Wir übersprangen die Wegmarke von 200.000 Digital-Abonnements (Plus-Abos und E-Paper-only-Abos). Bis Ende des Jahres setzen wir den Weg mit unverändert hohem Tempo fort und erreichten 228.121 reine Digitalabos sowie einen Digitalanteil unserer

publizistischen Erlöse von 19,1 %. MADSACK gehört damit zu den größten Anbietern digitaljournalistischer Abonnements in Deutschland. Hier zeigt sich umso mehr, dass unsere Arbeit auch im Digitalen ihre treuen Abonentinnen und Abonnenten findet.

Wir haben keinen Zweifel daran, dass Journalismus aus sich heraus ein erfolgreiches Geschäftsmodell bleiben wird und seine Unabhängigkeit auch zukünftig sichert.



# MADSACK wächst

Die DDV Mediengruppe  
wird Teil unseres starken Verbundes



Mit einer wichtigen Akquisition wird die MADSACK Medien-  
gruppe 2024 weiter wachsen: Die *DDV Mediengruppe* (DDV) aus  
Dresden, zu der unter anderem die *Sächsische Zeitung*,  
die *Morgenpost Sachsen* und *TAG24* sowie die Logistikmarke  
*PostModern* gehören, wechselt zum 1. Mai 2024 in unseren  
Konzernverbund. Wir übernehmen 100 % der Gesellschafts-  
anteile.

DDV ist mit etwa 250 Millionen Euro eine der umsatz-  
stärksten regionalen Mediengruppen in Deutschland.

Mit dem Regionaltitel *Sächsische Zeitung* und dem überregio-  
nalen Boulevardportal *TAG24* beschleunigen und verstärken  
wir unsere Digitalisierungs- und Konsolidierungsstrategie. Wir  
bauen die Reichweite des *RedaktionsNetzwerks Deutschland*  
(RND) deutlich aus und kräftigen unsere Position als einer der  
führenden Paid-Content-Anbieter in Deutschland.

Der unternehmerische Ansatz und die starken Medienmarken  
von DDV passen hervorragend in unseren Verbund. Wir freuen  
uns auf die journalistische Kompetenz und viele innovative  
Geschäftsmodelle der neuen Kolleginnen und Kollegen!



# MADSACK setzt Maßstäbe

## Lokalmedien auf dem Weg der Digitalisierung

### Qualitätsjournalismus für Leserinnen und Leser in allen Regionen

Die Rolle, die unabhängige Medien mit ihren gut recherchierten und relevanten Nachrichten für unser Gemeinschaftswesen und unsere Demokratie einnehmen, ist in den kleinsten Gemeinden Deutschlands genauso unverzichtbar wie in Potsdam, Hannover oder Leipzig.

In vielen ländlichen Regionen können gedruckte Lokalausgaben durch weite Wegstrecken jedoch längst nicht mehr kostendeckend zugestellt werden. So auch in der Prignitz. Die Region im Nordwesten Brandenburgs gehört zu den am dünnsten besiedelten Gebieten Deutschlands.

MADSACK zieht sich aus Regionen wie dieser jedoch nicht zurück, sondern – ganz im Gegenteil – baut den Lokaljournalismus mit einem rein digitalen Geschäftsmodell und neuen Produkten aktiv aus.

Als Medienunternehmen übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung und sichern unabhängige, kritische und investigative Berichterstattung auch dort, wo sich die gedruckte Zeitung schon heute nicht mehr kostendeckend zustellen lässt.

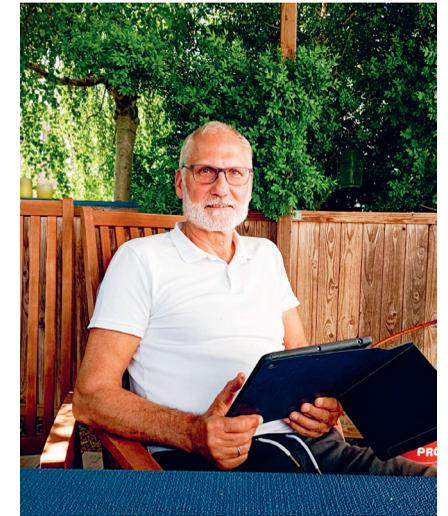
Im Frühjahr 2023 wurde die Prignitz darum zur Zukunftswerkstatt für digitalen Lokaljournalismus der gesamten Mediengruppe: Im Austausch mit Leserinnen und Lesern sowie Multiplikatoren vor Ort entwickelte MADSACK neue Digitalprodukte und -lösungen in Form von Newslettern, Apps, Websites und Social Media-Angeboten mit zahlreichen nützlichen Features und Services. Wir investierten in eine neu aufgestellte Lokalredaktion, die sich mehr denn je auf die relevanten Themen vor Ort fokussiert. Seit Oktober 2023 erscheint der *Prignitz-Kurier* als erste Lokalausgabe der *Märkischen Allgemeinen Zeitung* (MAZ) rein digital. Abonentinnen und Abonnenten, die bisher die gedruckte Ausgabe der MAZ lasen, machten wir den Umstieg ins Digitale so einfach wie möglich, zum Beispiel durch Schulungen, Hausbesuche, Erklär-Flyer und -Videos sowie Service-Hotlines, Care-Calls und attraktive Hardware-Angebote.

Mit Erfolg:

Mehr als 60 Prozent der bisherigen Print-Abonentinnen und -Abonnenten entschieden sich für ein E-Paper-Digitalabo, hinzukamen zahlreiche Plus- und Newsletter-Abonnements.

Die MAZ konnte die Gesamtanzahl in der Prignitz damit bereits vor der Umstellung von knapp 2.500 auf über 3.300 steigern.

**Modellprojekt Prignitz:**  
Die Ausgabe der *Märkischen Allgemeinen Zeitung* als E-Paper



**Tablet-Schulungen:**  
Abonentinnen und Abonnenten der MAZ wird der Umstieg ins Digitale so einfach wie möglich gemacht





**Uwe Lippert**  
liest nach seiner Tablet-Schulung nun auch rein digital.

## Die nächsten Schritte der Digitaloffensive

Das Projekt Prignitz war ein Aufbruch. Auch bei den benachbarten Lokalausgaben werden die Herausforderungen dünn besiedelter Regionen für die Wirtschaftlichkeit der gedruckten Zeitung deutlich. In den Gebieten Kyritz und Wittstock lief die Digitaloffensive darum analog zur Prignitz ab, beide Lokalausgaben erscheinen seit Dezember 2023 als rein digitales Angebot.

Damit endet es nicht: Die Bedeutung des Zukunftsmodells reicht für die MADSACK Mediengruppe weit über die Region und über die MAZ hinaus. Die Erfolge in Brandenburg ermutigen uns, diesen Weg weiterzugehen, und auch andere MADSACK-Titel werden von den Erfahrungen profitierten.

Journalismus bleibt, auch wenn Print geht.

## Im Nordwesten von Brandenburg ist die MAZ schon rein digital!

Prignitz-Kurier



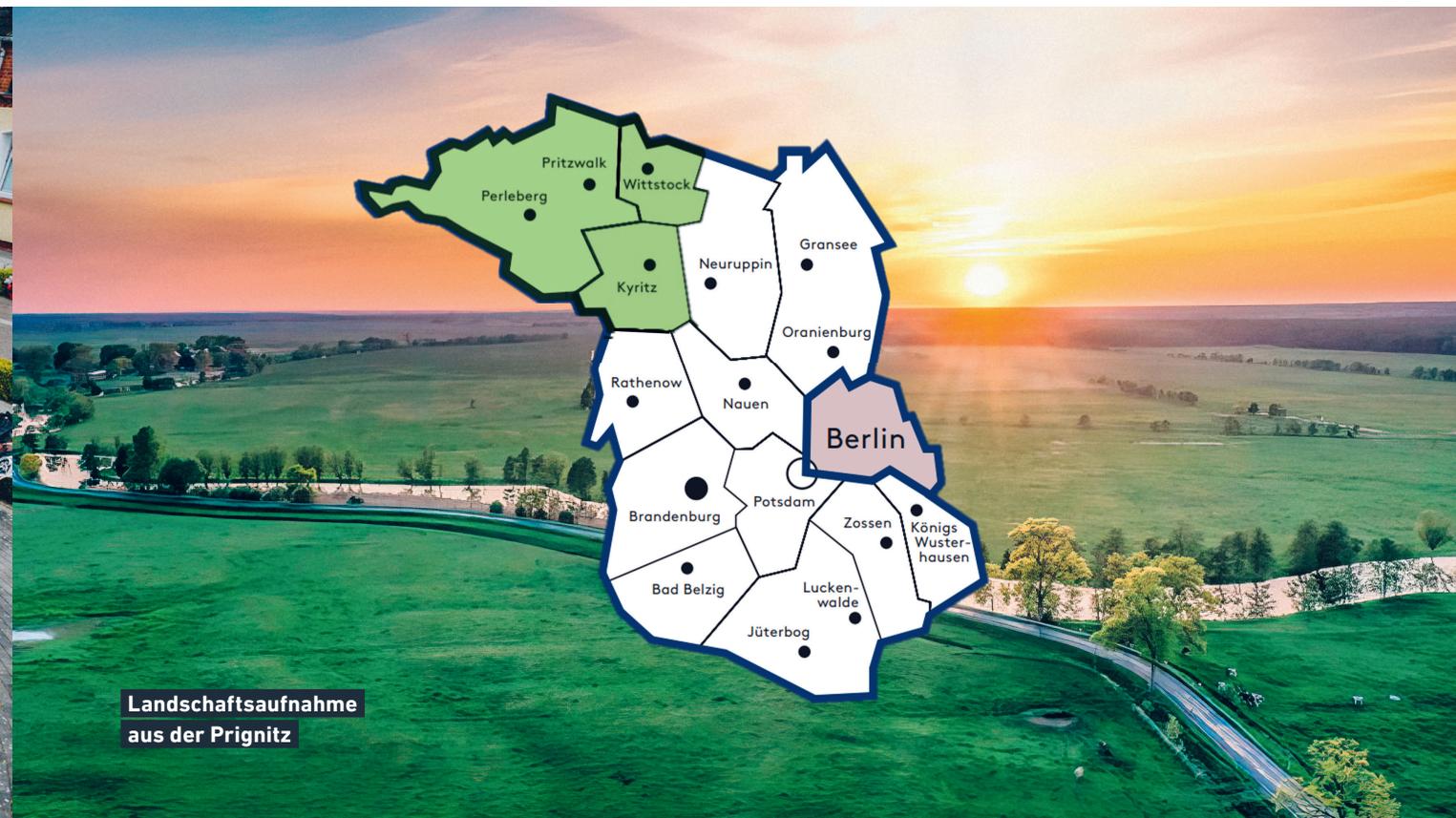
Kyritzer Tageblatt



Dosse Kurier



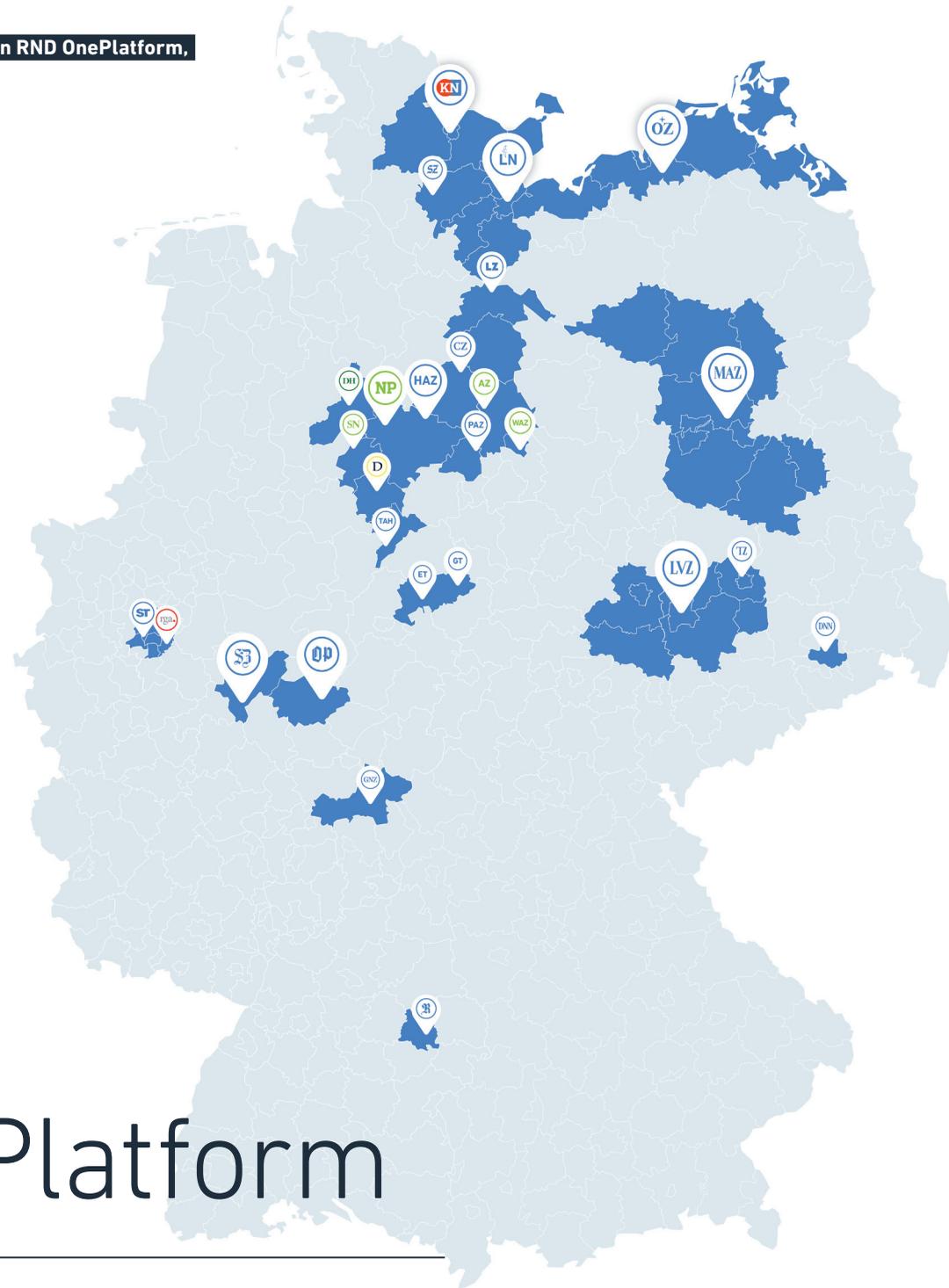
**Sync-Meeting:**  
Die Führungskräfte tagung fand 2023 vor Ort in der Prignitz statt.



**Landschaftsaufnahme aus der Prignitz**

## Verbreitungsgebiet von RND OnePlatform,

Stand Juni 2024



# RND OnePlatform

Vorreiter und Begleiter des  
digitalen Regionaljournalismus

## Das Netzwerk erweitert sich um Digital-Partner in ganz Deutschland

Mit der Publishing-Plattform *RND OnePlatform* hat die MADSACK Mediengruppe seit 2022 eine intelligente Integration ihrer regionalen Medienmarken mit dem *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) geschaffen. Alle Regionaltitel vereinen sämtlich digitale Inhalte, redaktionelle Prozesse, ihr Content-Management, das Plus-Abo-Marketing sowie die Werbevermarktung auf einer hochmodernen Software.

2023 setzte das RND sein Digital-Wachstum fort: Bis zum Ende des Jahres wurde die Publishing-Plattform bereits von 27 Medienmarken genutzt.

Darunter auch Verlagspartner wie die *Siegener Zeitung*, die *Oberhessische Presse*, das *Solinger Tageblatt* oder die *Landeszeitung für die Lüneburger Heide*. Ihr großer Vorteil: Die Zusammenarbeit im Netzwerk und das Wissen von Digitalexpertinnen und -experten, gebündelt auf einer hochmodernen Plattform, bieten neue Perspektiven. Das RND steht so nicht nur für exzellenten überregionalen Journalismus, sondern begleitet Regionalverlage in ganz Deutschland bei der digitalen Transformation ihres Geschäftsmodells.

Seit Oktober 2023 wird das Plus-Angebot des RND dann auch bei der IVW Paid-Content ausgewiesen – und das auf Anhieb als drittgrößtes Bezahlange-

bot für journalistische Inhalte in Deutschland. Im Dezember wurden 209.120 Nutzungsrechte gemeldet. Die Ergebnisse dokumentieren eindrucksvoll den Erfolg des RND als eine der innovativsten deutschen Medienmarken.

## Wie wird sich *RND OnePlatform* 2024 technisch weiterentwickeln?

Ende des Jahres kamen die Entwickler-Teams von *RND OnePlatform* zusammen, um die nächsten Schritte zu planen. Im Mittelpunkt standen das perfekte digitale Produkterlebnis für unsere Nutzerinnen und Nutzer, aber auch die Prozesse und Systeme für die Redaktionen.



# Mehr als 70 Verlagspartner

## Unsere publizistische Kraft wächst auch im Print-Bereich weiterhin

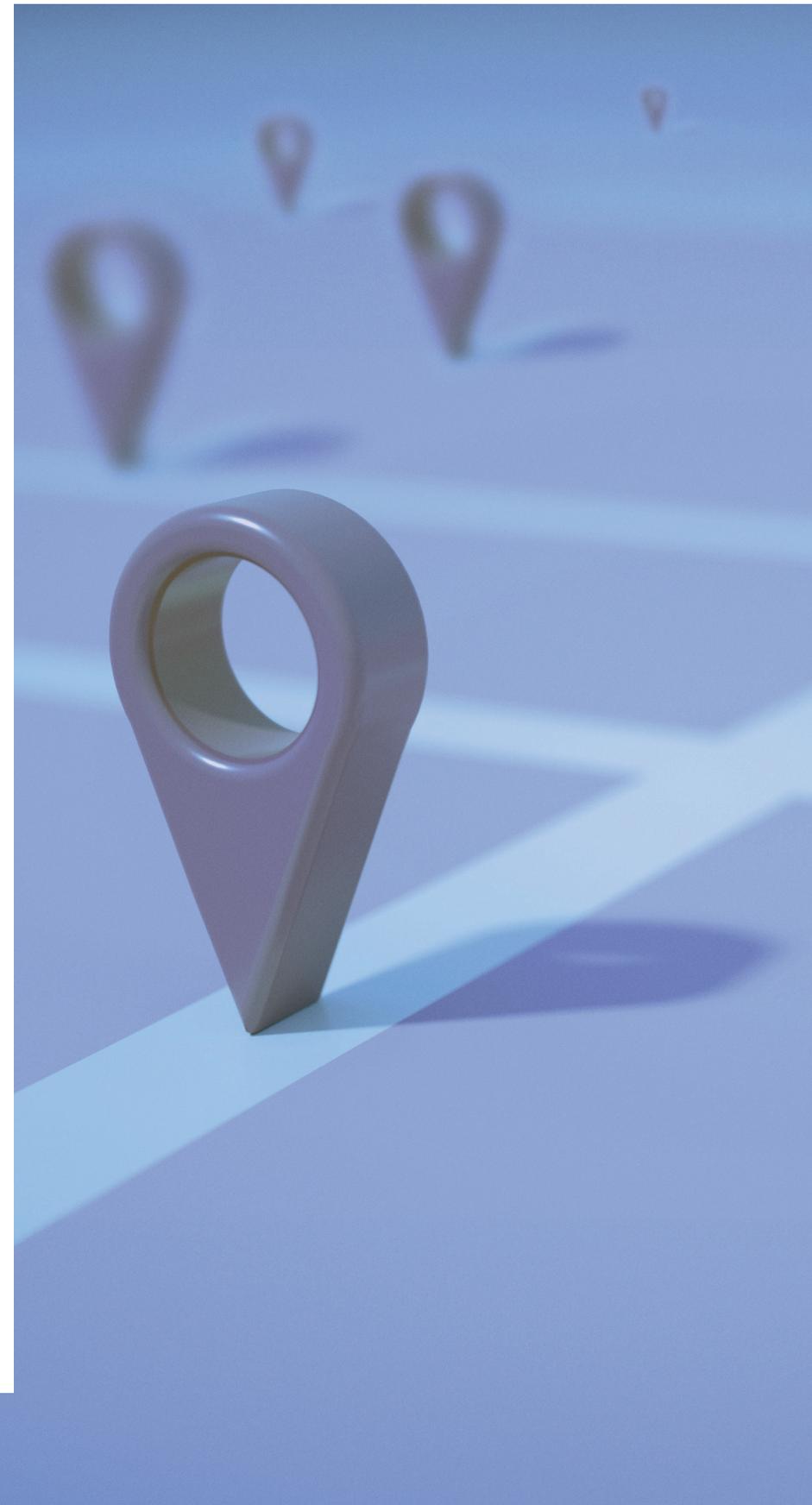
Seit dem Jahr 2013 recherchiert und produziert das *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) überregionale Inhalte für mehrere Dutzend regionale Tageszeitungsmarken in ganz Deutschland. Die Redaktion erreicht mit ihren Nachrichten, Reportagen und Beiträgen täglich viele Millionen Leserinnen und Leser.

Neben der Reichweitensteigerung im Digitalen gewinnen auch die Erstellung überregionaler Inhalte für die gedruckte Zeitung und die Produktion von Print-Seiten für das RND immer noch an Bedeutung. Seit 2023 setzen mehr als 70 Partner auf die journalistische Kompetenz des RND.

Ende des Jahres konnten bereits die nächsten Partnerschaften für 2024 verkündet werden: Im Januar wurde mit dem *Gießener Anzeiger* ein Titel aus Hessen und die viertälteste Zeitung Deutschlands Teil des Netzwerkes. Ab Mitte Mai folgte die *Neue Westfälische*, ein traditioneller Regionaltitel aus Bielefeld, der größer als die *Leipziger*

*Volkszeitung* oder die *Hannoversche Allgemeine Zeitung* ist. Gleichzeitig schlossen sich im Mai das *Haller Kreisblatt*, das *Mindener Tageblatt* und die *Lippische Landeszeitung* aus Detmold an. Ab Juni 2024 wird auch die *Badische Zeitung* in Freiburg überregionale Inhalte vom RND beziehen. Es ist der erste RND-Partner in Baden-Württemberg. Im Laufe des Jahres folgt die *Sächsische Zeitung* aus Dresden. Die Dresdener sind damit der siebte Titel, der vom RND Print-Hub unter Leitung von Florian Knabe den gesamten Mantel bezieht. Es ist damit das größte Onboarding externer Verlage, die den Gesamtmantel beziehen, in der RND-Geschichte.

Ab Mitte Juni 2024 sind es damit 97 Partnertitel im *RedaktionsNetzwerk Deutschland*, die Magazine und Inhalte vom RND beziehen oder *OnePlatform-Partner* sind.



### Stark im Verbund:

Chefredakteurinnen und Chefredakteure aus Oldenburg, Frankfurt und Detmold im Gespräch mit Eva Quadbeck und Kristina Dunz aus dem Berliner Büro des RND.

Badische Zeitung  
Gießener Anzeiger  
Mindener Tageblatt

LZ LIPPISCHE  
LANDES  
ZEITUNG  
SZ\* SÄCHSISCHE  
ZEITUNG

NW Neue Westfälische  
HK Haller Kreisblatt



### Das RND-Partnertreffen:

Die Kolleginnen und Kollegen der regionalen Medienmarken konnten voneinander lernen, sich vernetzen und gute Gespräche führen.



# Der neue Chef im RND

## Drei Fragen an Sven Oliver Clausen

Der renommierte Journalist stärkt das RND ab Mai 2024 mit seiner Digital-Expertise und Führungsqualität

Er kommt vom *Manager Magazin*, wo er seit 2014 als stellvertretender Chefredakteur arbeitete, seit Ende 2018 als Chefredakteur. Zuvor war er Co-Chef des Investigativteams der *Welt-Gruppe* und stellvertretender Chefredakteur der *Financial Times Deutschland*. Sven Oliver Clausen ist seit Mai 2024 neuer Chefredakteur des *RedaktionsNetzwerks Deutschland* (RND) und bildet gemeinsam mit Chefredakteurin Eva Quadbeck die Doppelspitze. Der 50-Jährige wird insbesondere die journalistischen und digitalen Themenfelder am Standort in Hannover verantworten und zudem die Entwicklung weiterer journalistischer Produkte und Formate vorantreiben.

**Sven Oliver Clausen**  
Chefredakteur des

*RedaktionsNetzwerks Deutschland* (RND)

1.

Was hat Sie an der neuen Aufgabe gereizt? Wie sehen Sie MADSACK und das RND?

Meine Generation hat die pluralistische Demokratie, die freiheitliche Gesellschaft geschenkt bekommen. Jetzt müssen wir sie verteidigen. Qualitätsjournalismus – vorurteilsfreie und präzise Recherchen, unbestechliche Reports – spielt dabei eine entscheidende Rolle. MADSACK und das RND wiederum wollen dabei mit einem klugen und in Deutschland aus meiner Sicht einzigartigen Konzept eine führende Rolle spielen. Mich hat es gereizt, dabei mitzuhelfen. Und eine Ehre ist es auch.

2.

Welche größten Herausforderungen sehen Sie in den nächsten Jahren für den Journalismus in Deutschland?

Die Feinde der Wahrheit, die Manipulierer und Agitateure werden immer versierter und bauen zum Teil enge Beziehungen zu Userinnen und Usern, Leserinnen und Lesern auf. Viele Journalisten sind immer noch zu selbstzufrieden. Wir müssen aber ehrgeiziger werden, jede und jeder von uns muss sich handwerklich verbessern, um dagegen zu bestehen und die Menschen jeden Tag vom Wert unserer Arbeit und Produkte zu überzeugen. Dann wird sich parallel auch ein zweites wichtiges Problem lösen: Junge, kluge Menschen von unserem verantwortungsvollen Beruf zu überzeugen und sie dafür zu gewinnen. Konkret: Für MADSACK und das RND.

3.

Auf welche konkreten Projekte freuen Sie sich ganz besonders?

Erstens: Auf jede Recherche, die unsere Leserinnen und Leser schlauer und zu Fans des RND macht. Zweitens: Das RND und die Redaktionen und Marken in den Regionen haben eine in Deutschland vermutlich einzigartige Recherchekraft. Bislang zu oft leider nur theoretisch. Das gemeinsam mit Eva und den Chefredakteurinnen und -redakteuren vor Ort von der Theorie in die Praxis zu holen, wird mit Sicherheit nicht unbedingt in jeder Sekunde allen Beteiligten immer nur Freude machen. Aber wenn wir es geschafft haben, wird es eine große Freude sein. Drittens: Ich würde das nicht als „Projekt“ bezeichnen, sondern einfach als neue Wirklichkeit, auf die ich mich sehr freue: die Kolleginnen und Kollegen beim RND und bei MADSACK kennenzulernen.

# OneRoute:

## Wir variabilisieren unsere Zustellkosten

Wie bleiben wir bei den hohen Fixkosten auf der „letzten Meile“ zukunftsfähig?

Die Auflagen gedruckter Tageszeitungen sinken immer stärker – eine enorme Herausforderung, der nicht nur die MADSACK Mediengruppe gegenübersteht, sondern die gesamte Branche. Aktuell befinden wir uns in der Übergangsphase von Print zu Digital: Einerseits müssen wir alle Kraft in die Digitalisierung stecken, zum anderen müssen wir es schaffen, die Printauflagen so lange wie möglich profitabel zu halten. Nur wenn es uns gelingt, die Kosten für beispielsweise Druck und Logistik entsprechend den zurückgehenden Printerlösen zu senken, bleibt die Profitabilität der gedruckten Tageszeitung erhalten und kann so unsere digitalen Investitionen finanzieren.

An diesem Punkt setzt ein entscheidendes Projekt des MADSACK Digital Tracks an: Auch wenn die Printauflagen sinken, blieb der Aufwand für die Verteilung nahezu gleich hoch. Das ist wirtschaftlich bald nicht mehr stemmbar. Ziel von OneRoute ist es, die Zustellkosten zu variabilisieren und von den hohen Fixkosten auf der „letzten Meile“ auf ein System zu wechseln, bei dem wir pro zugestellter Zeitung zahlen.



Tageszeitungen werden Kunden bei unseren Postdienstleistern

Die Lösung liegt in unserem Verbund und einer noch engeren Zusammenarbeit: Mit unseren Postunternehmen haben wir eine bestehende Infrastruktur, mit der wir unseren Journalismus stützen können. Sie werden zum führenden System und nehmen unsere Tageszeitungen auf ihrer Route zum Stückpreis mit.

Gestartet wurde bereits im April 2022 mit einem Pilotprojekt im Verbreitungsgebiet der *Leipziger Volkszeitung* (LVZ). Bis Ende 2023 konnte etwa die Hälfte der LVZ-Gesamtauflage erfolgreich auf OneRoute umgestellt werden. Ähnlich sieht es bei anderen MADSACK-Regionaltiteln aus.

Bis Mitte 2024 wird die Tageszeitungszustellung der gesamten Mediengruppe über unsere konzerneigenen Postunternehmen erfolgen.

Die positiven Effekte des Projekts sind an den sinkenden Zustellkosten sofort zu sehen. Langfristig aber wird die MADSACK Mediengruppe mit der Umstellung einen zweistelligen Millionenbetrag pro Jahr einsparen können. Gleichzeitig ist OneRoute ein Wachstumsimpuls für die E-Paper-Nutzung: Nicht überall ist die 6-Uhr-Zustellung durch unsere Postdienstleister zu schaffen. Da einige Abonentinnen und Abonenten ihre Zeitung nun bis spätestens 9 Uhr erhalten, haben wir OneRoute mit intensiver Kundenkommunikation begleitet und auch das E-Paper als vorteilhafte, digitale Alternative angeboten. Die höhere Zahl an Reklamationen ging nach kurzer Zeit wieder zurück.

Wir werden weiterhin nah an unseren Abonentinnen und Abonenten bleiben, um unser Qualitätsversprechen ein- und die Abonnement-Verluste durch OneRoute gering zu halten. 2024 erreichen wir mit dem Projekt erneut einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg der Digitalisierung.

# Zukunftssicherung durch Nachhaltigkeit

## MADSACKs Verantwortung heute und morgen

Nach diesem Grundverständnis handeln wir

Wir betrachten Nachhaltigkeit als Leitprinzip unseres Handelns. Für die MADSACK Mediengruppe bedeutet eine nachhaltige Unternehmensentwicklung, langfristigen wirtschaftlichen Erfolg mit Umweltverträglichkeit und gesellschaftlichem Zusammenhalt in Einklang zu bringen. Unser Handeln orientiert sich daher an den drei grundlegenden Säulen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales.

Bei MADSACK war wirtschaftlicher Erfolg niemals Selbstzweck, sondern stets die Basis für die Verwirklichung unserer Grundsätze, wie sie von August Madsack geprägt wurden, als er im Februar 1893 den *Hannoverschen Anzeiger* als „Unparteiisches Organ für Jedermann“ gründete. Dieses Bekenntnis zu unvoreingenommener, überparteilicher und unabhängiger Berichterstattung ist auch heute noch genauso bedeutsam wie vor mehr als 130 Jahren.

Unsere vielfältigen publizistischen Produkte und unternehmerischen Aktivitäten leisten ihren Beitrag für die in einer liberalen und pluralen Gesellschaft unverzichtbaren Debatten und Kontroversen. Der Journalismus der MADSACK Mediengruppe tritt konsequent für die Werte unserer rechtsstaatlichen parlamentarischen Demokratie und die unveräußerlichen Grund- und Menschenrechte ein, ohne die eine nachhaltige Gesellschaftsordnung nicht denkbar ist.

Wir lassen uns im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie von sieben Grundprinzipien leiten:

1.

Wir erhalten und fördern die demokratischen Grundwerte.

2.

Wir ermöglichen digitale Teilhabe durch glaubwürdige Inhalte.

3.

Wir bieten der Öffentlichkeit eine differenzierte Berichterstattung über Nachhaltigkeit.

4.

Wir denken ökonomisch, deshalb hat Zukunftsfähigkeit oberste Priorität.

5.

Wir arbeiten effizient und ressourcenschonend.

6.

Wir unterstützen unsere Mitmenschen.

7.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld.

Im Jahr 2023 wurden Projekte, Maßnahmen und Aktionen in allen Unternehmensbereichen umgesetzt, um diese Prinzipien in konkrete Handlungen zu überführen. Einige ausgewählte Initiativen werden hier vorgestellt.

Wir ermöglichen digitale Teilhabe durch glaubwürdige Inhalte.

**GT:** Tabletschulungen und Digital-Sprechstunde beim Göttinger Tageblatt

Bei der rasanten Geschwindigkeit der digitalisierten Welt ist es nicht immer einfach, Stand zu halten. Insbesondere die ältere Generation steht oft technischen Herausforderungen gegenüber. Das *Göttinger Tageblatt* möchte Abhilfe leisten und bietet Digitalschulungen und offene Sprechstunden für Neu- und Bestandskunden an, bei denen Fragen rund um die Bedienung von Tablet oder auch Smartphone beantwortet werden. Vor allem die Leserinnen und Leser, die zum Digitalabo gewechselt sind, erfreuen sich an den Schulungen. Telefonische Abfragen zu Hilfestellungen fördern darüber hinaus die Kundenbindung.

Wir denken ökonomisch, deshalb hat Zukunftsfähigkeit oberste Priorität.

**KN-Event:** Kräftehack 2023 (Hackathon)

Unser Bestreben ist es, unserer publizistischen Verantwortung gerecht zu werden und zukünftigen Generationen wirtschaftlich und finanziell unabhängige Publikationen aus unserem Haus zu garantieren. Wir sind überzeugt, dass langfristiger Erfolg wertvoller ist als kurzfristige Gewinnmaximierung ohne ökonomische Nachhaltigkeit, um dies zu erreichen. Dazu zählt auch, ein attraktiver Arbeitgeber für zukünftige Generationen zu sein. Als Angebot für den Austausch von Arbeitgebern und jungen Menschen startete 2022 der erste Kieler „Kräftehackathon“, initiiert von den *Kieler Nachrichten* und dem Kieler IT-Unternehmen KNK. 2023 erarbeiteten ca. 150 junge Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Wirtschaft, Politik, Uni, FH und Schulen in Teams Lösungsansätze, um dem Dauerproblem Fachkräftemangel frische Ideen entgegenzuhalten. In einem mehrstufigen Verfahren aus Brainstorming, Ideenfindung, Fokussierung auf einen konkreten Vorschlag, Präsentation und Bewertung durch die Jury, sollen Vorschläge destilliert werden, die sich gut in die Praxis umsetzen lassen.



**Digitale Sprechstunde:**

Die Leserin des *Göttinger Tageblatts* freut sich über die Tabletschulung.



**Der Kräftehackathon:**

In einem mehrstufigen Verfahren aus Brainstorming, Ideenfindung, Präsentation und Bewertung durch die Jury, sollen Vorschläge destilliert werden, die sich gut in die Praxis umsetzen lassen. Die Resonanz: enorm.



**Maritimer Charme.**

Die Kieler Förde und die TKMS-Werft im Hintergrund sorgten für maritimes Flair bei „RND vor Ort“ mit Wirtschaftsminister Robert Habeck (li.) sowie den Moderatorinnen Eva Quadbeck (Mitte) und Stefanie Gollasch (re.).



**Kompaktes Wissen:**

Jeden Freitag werden relevante Infos der Woche an alle Abonnentinnen und Abonnenten verschickt.



**Urkundenübergabe:**

Hans-Joachim Jost freut sich über die Auszeichnung als ÖKOPROFIT-Betrieb

**KN: „RND vor Ort – KN-Talk“ am 28. April: Im Gespräch mit Robert Habeck**

Mit regionalem und überregionalem Qualitätsjournalismus trägt MADSACK zu Meinungsbildung, Diskurs und Transparenz bei. Mit dem Format „RND vor Ort“ möchten wir die Politik zu unseren Leserinnen und Lesern vor Ort bringen und ihnen die Möglichkeit zum direkten Austausch geben.

Im April begrüßten das RND und die KN den Vizekanzler und Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck (Bündnis 90 / Die Grünen) im Schwedenkai in Kiel. Dabei stellte er sich den kritischen Fragen von Eva Quadbeck, RND-Chefredakteurin, und Stefanie Gollasch, der damaligen Chefredakteurin der *Kieler Nachrichten*. Auch für Fragen der Leserschaft und für die Frage, wie es dem Wirtschaftsminister persönlich in Zeiten der Krise geht, wurde genügend Zeit geboten. Von Heizungsgesetz bis öffentlicher Nahverkehr auf dem Land ging um Themen, die Schleswig-Holstein und Deutschland bewegen. Einige Fragen dazu kamen auch aus dem Publikum.

**Wir bieten der Öffentlichkeit eine differenzierte Berichterstattung über Nachhaltigkeit.**

**RND Newsletter:** Klima-Kompass

Wir legen großen Wert darauf, unserer Leserschaft ein unvoreingenommenes, kritisches und differenziertes Bild zu aktuellen Nachhaltigkeitsthemen darzustellen. Der vom RND bereitgestellte Newsletter bietet allen interessierten Leserinnen und Lesern eine detaillierte Sammlung von News, Entwicklungen, Hintergründen und Studien rund um den Klimawandel. Jeden Freitag werden die wichtigsten Infos der Woche an alle Abonnentinnen und Abonnenten verschickt. Wer sich darüber hinaus zu den wichtigsten Klimathemen informieren möchte, findet auf der Startseite von RND.de den Themenbereich „Klima“, der rund um die Uhr alles Wissenswerte zur aktuellen Klimadiskussion zeigt.

**Wir arbeiten effizient und ressourcenschonend.**

**ÖKOPROFIT-Betrieb 2023:** Wir wurden erneut ausgezeichnet!

Unser wirtschaftlicher und publizistischer Erfolg beruht auf dem Erhalt unserer ökologischen Lebensgrundlagen und wir allein tragen die Verantwortung dafür, einen Beitrag zu leisten, unsere Aktivitäten so ressourcen- und umweltschonend wie möglich zu gestalten.

Eineinhalb Jahre lang hat sich die MADSACK Mediengruppe im Rahmen des ÖKOPROFIT-Projektes Hannover intensiv mit Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen auseinandergesetzt.

Diese wurde mit der Auszeichnung als ÖKOPROFIT-Betrieb belohnt. Das übergeordnete Ziel ist es, kontinuierlich den Energieverbrauch zu senken und die damit verbundenen CO2-Emissionen zu reduzieren.

**Wir unterstützen unsere Mitmenschen.**

**MAZ: Sterntaler-Aktion**

Gemeinsam erreichen wir mehr! Durch das soziale Engagement unseres gesamten Netzwerkes fördert die MADSACK Mediengruppe gezielt Personen oder Gruppen, die unsere Hilfe und Unterstützung benötigen. Im Jahr 2023 wurden an allen Standorten wieder hohe Summen bei zahlreichen Spendenaktionen gesammelt. Dazu veranstalteten die Regionalmarken verschiedene Spendenevents und -aktionen. Beispielsweise fand Ende 2023 die Sterntaler-Aktion der *Märkischen Allgemeinen Zeitung (MAZ)* im gesamten Verbreitungsgebiet statt, wobei die Brandenburger und Potsdamer in nicht ganz einfachen Zeiten großes Herz gezeigt haben. In Brandenburg spendeten die Leserinnen und Leser deutlich mehr als 120.000 Euro. In Potsdam und dem Umland wurden mehr als 25.000 Euro für Familien und Projekte gesammelt. Mit der Spendensumme der diesjährigen MAZ-Weihnachtsaktion werden soziale Projekte und Menschen unterstützt, die es generell oder gerade nicht einfach haben. Wir sind stolz auf das Engagement und sagen Dankeschön!



**Spendensammlung bei der MAZ:**

Die Brandenburger und Potsdamer spenden für soziale Projekte

**Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein attraktives Arbeitsumfeld.**

**LN: Work Café:** Förderung der Zusammenarbeit:

Der Kern unseres Erfolges sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der MADSACK Mediengruppe. Unsere Zusammenarbeit ist von gegenseitigem Vertrauen und Respekt geprägt. Um die Kreativität und das Engagement aller Mitarbeitenden zu fördern und wertzuschätzen, bieten wir unter anderem verschiedene Formate zur Weiterentwicklung der Potenziale und Talente, regelmäßige Events und freiwillige Sozialleistungen an.

Bei den *Lübecker Nachrichten (LN)* gibt es seit 2023 nun eine eigene Kreativ-Zone. Das Projekt wurde von Michaela Bahr, Assistenz der Geschäftsleitung, und Dennis Kahl, Einkauf Konzernbereich Nord, in kürzester Zeit umgesetzt. Im neuen Work Café des Medienhauses finden Mitarbeitende der LN rund um die Uhr alles für die kreative Pause. Kostenfrei können hier diverse Kaffeespezialitäten mit Voll- oder Hafermilch, stilles Wasser oder Wasser mit Kohlensäure, verschiedene Teesorten, frisches Obst und diverse Müsliriegel genossen werden. Für den großen Hunger stehen zwei Mikrowellen zur Verfügung. Das Konzept kommt super an - egal ob Pause oder Meeting, Termin oder Kreativphase.

**Das Work Café nach der Fertigstellung.**

Die Einweihung fand dann mit einem „Wunsch-Punsch-Event“ für alle Mitarbeitenden statt.





# Unsere DNA ist und bleibt Journalismus

---

# Wie können wir unseren Lokaljournalismus noch relevanter machen?

## Relevanzprojekte und -workshops an allen MADSACK-Standorten

Die Reporterinnen und Reporter unserer Lokalredaktionen ringen jeden Tag um die besten Themen: Worauf legen wir unsere journalistische Kraft? Was ist wichtig für die Menschen vor Ort? Für unsere Leserinnen und Leser Relevantes von Nicht-Relevantem zu unterscheiden ist in den Lokalredaktionen unsere wichtigste Aufgabe. „Relevanz“ ist dabei in diesem Jahr zum wichtigsten Begriff im journalistischen Transformationsprozess geworden.

2023 startete die MADSACK Mediengruppe darum das konzernweite Relevanzprojekt, um im Digitalen (und damit auch in Print) künftig noch stärker und stringenter relevante Themen zu setzen – und so ein insgesamt besseres journalis-

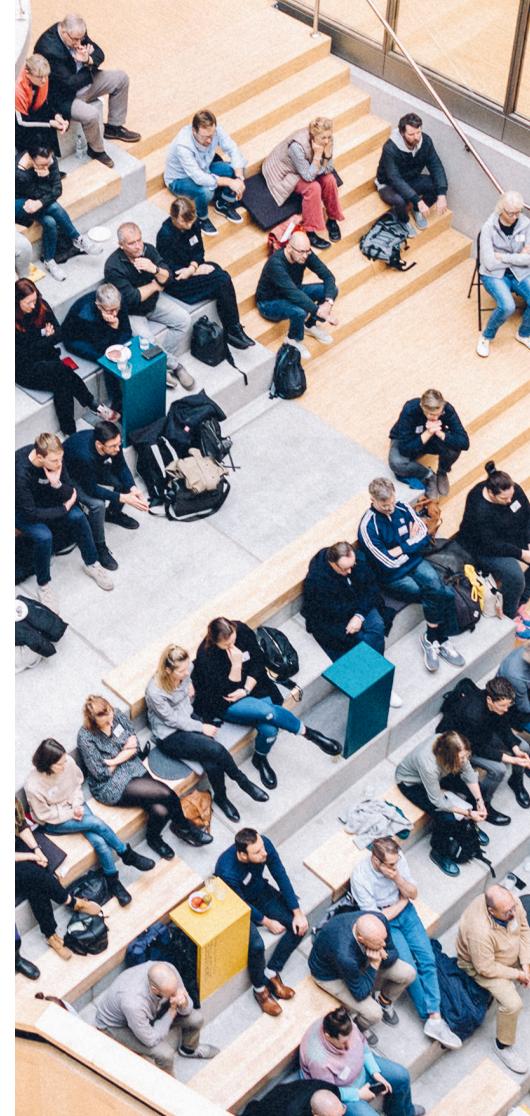
tisches Angebot zu schaffen. Insbesondere aus dem Projekt Prignitz haben wir dabei gelernt und die Erkenntnisse in alle Regionen übertragen:

Mit hochwertigem, relevantem Themenjournalismus können wir digital wachsen – und unseren Abo-Erfolg so sogar planbar machen.

Und was heißt das konkret? Zunächst einmal: Themen aus der Lebenswirklichkeit der Menschen vor Ort setzen, langfristig planen und all das loslassen, was uns thematisch davon abhält. Weniger Terminjournalismus, dafür mehr Leserperspektive in den Themen. Bei zwei Workshops kamen alle Lokalchefinnen und -chefs sowie Teamleads aus den Regionalredaktionen der MADSACK Mediengruppe in Hannover zusammen. Sie erarbeiteten eine Inhalte-Strategie und in den Monaten darauf

### Relevanzprojekt:

Bei zwei Workshops kamen alle Lokalchefinnen und -chefs sowie Teamleads aus den Regionalredaktionen der MADSACK Mediengruppe in Hannover zusammen.



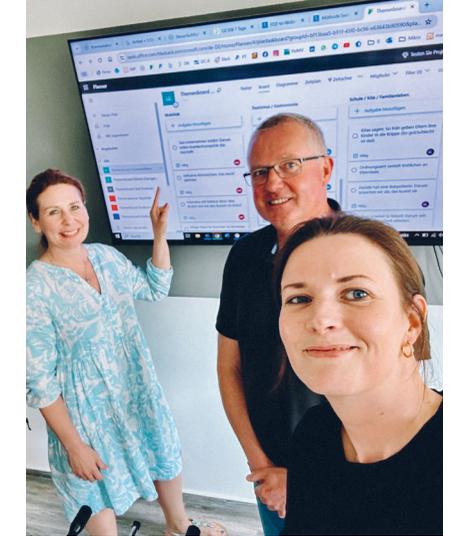
### „Tag der Redaktion“

Die Zukunft der Märkischen Allgemeinen Zeitung (MAZ)



### Preisverleihung

beim Tag der Redaktion (MAZ)



### Relevanz-Workshops

bei der Ostsee-Zeitung (OZ)



### Neue Relevanz-Coaches:

Josephine von Zastrow (r.), Trainerin im MADSACK Medien Campus, zu Besuch in Rostock



einen gemeinsamen Jahres-Themenplan für die großen Themen von Mobilität bis Stadtentwicklung und Klimawandel. „Wir müssen journalistische Themen planen und selbst setzen – und uns nicht vom Terminkalender treiben lassen. Mit diesem journalistischen Werkzeugkoffer sind selbst für kleine Lokalredaktionen Ideen für das ganze Jahr niedergeschrieben – gemeinsam entwickelt von unseren Lokaljournalisten“, sagt Denni Klein, Leiter Editorial Development im RND. „Ein wichtiger Schritt war dabei auch, alte journalistische Print-Gewohnheiten loszulassen und wirklich das digitale Publikum im Blick zu haben. Wir müssen von jedem Text wissen, warum wir ihn eigentlich machen – für wen und wie“, sagt Hannah Suppa, Chefredakteurin der LVZ und Koordinatorin der Chefredaktionen der MADSACK Mediengruppe. Klein und Suppa begleiteten das Relevanz-Projekt über Monate.

Die neuen Relevanz-Coaches des MADSACK Medien Campus, Josephine von Zastrow und Felix Klabe, tragen die Systematik und die Erkenntnisse in Workshops vor Ort weiter in alle Lokalredaktionen des Konzerns.

Die Effekte der Transformation zum lokalen Themenjournalismus zeigten sich direkt: Unsere Titel konnten ihre Reichweiten, die Anzahl ihrer Abonnements und auch die Aktivität der bestehenden Abonnentinnen und Abonnenten signifikant steigern. 2024 wird das Relevanz-Projekt ein weiterer wichtiger Treiber sein, um im Digitalen sowohl inhaltlich als auch wirtschaftlich zu wachsen – mit netzwerkweiten Schwerpunktthemen laufen dabei alle Erkenntnisse zusammen. Für ein bestmögliches Angebot von lokalem Themenjournalismus für unsere Leserinnen und Leser.

#### Das HAZ/NP-Investigativteam:

Christian Bohnenkamp, Conrad von Meding, Katharina Kutsche, Jutta Rinas und Karl Doebele (v.l.n.r.), Foto: Jonas Dengler

# Engagement für Transparenz und versteckte Wahrheiten

---

Ein Einblick in die Bemühungen um Offenheit und Ehrlichkeit durch investigativen Journalismus

---

In einer Zeit, in der Desinformation und Manipulation die öffentlichen Debatten prägen, wird der Investigativjournalismus zum entscheidenden Bollwerk der Wahrheit. Mutige Recherchen sind unverzichtbar, um die Bürgerinnen und Bürger zu informieren und ihnen zu helfen, eine fundierte Meinung zu bilden. Mit furchtlosen Recherchen und couragierten Nachforschungen beweisen unter anderem die Investigativteams der HAZ und der LVZ, was wahrer journalistischer Einsatz bedeutet. Sie verkörpern das, was unabhängigen und verantwortungsbewussten Journalismus ausmacht und betonen die unverzichtbare Rolle, die er als Eckpfeiler unserer Demokratie spielt.

#### Das Team der HAZ:

Warum bekommt Hannover 96 sein Stadion zu einem Mietpreis, zum dem man kein Einfamilienhaus in der Einflugschneise des Langenhagenener Flughafens bekäme? Steckt vielleicht Kungelei dahinter? Recherchen wie diese kosten Zeit und Kraft, die im lokaljournalistischen Alltag häufig nicht leicht zu mobilisieren sind.

Daher hat die HAZ im Sommer 2023 ihr Investigativteam ins Leben gerufen. Die Gruppe besteht aus fünf Redakteurinnen und Redakteuren, die unterschiedliche Themenschwerpunkte haben: Katharina Kutsche (Wirtschaft), Jutta Rinas (Soziales), Karl Doebele (Landespolitik), Christian Bohnenkamp (Lokalpolitik) und Conrad von Meding (Bauen und Stadtentwicklung). Geleitet wird das Team von Felix Harbart, dem stellvertretenden Chefredakteur der HAZ.

Begleitend zu ihrem Tagesgeschäft helfen sie bei Nachforschungen oder gehen die aufwendigen Recherchen selbst an. Für Aufsehen in der Region sorgte zum Beispiel die Analyse der Verwaltungsstrukturen von Stadt und Region Hannover. Wie kann es sein, dass die Häuser ihre Mitarbeiterzahl in den vergangenen 20 Jahren teils verdoppelt haben? Entstanden sind dutzende Themenpakete, die zu einer erheblichen Steigerung der digitalen Reichweite führten. Die Investigativprojekte haben rund 200.000 Leserinnen und Leser erreicht und eine beträchtliche Anzahl von Digital-Abonnements generiert.

#### Das Team der LVZ:

Auch in Leipzig wird mit vollem Einsatz recherchiert, analysiert und zum Teil verdeckt ermittelt. Das Investigativ-Team der LVZ besteht aus Denise Peikert, die 2022 vom *Medium Magazin* als „Journalistin des Jahres“ ausgezeichnet wurde, sowie Antonie Rietzschel und Josa Mania-Schlegel, die ebenfalls mit Preisen für ihre Arbeit geehrt wurden. Schwerpunkt ihrer Arbeit ist in Sachsen vor allem der Extremismus – sowohl von links- als auch von rechtsextremen Gruppierungen. Dabei begeben sie sich in Recherchen, die mitunter auch gefährlich sind, wenn sie beispielsweise verdeckt über die rechtsextreme Kleinstpartei „Freie Sachsen“ Informationen zusammentragen.

Für großes Aufsehen sorgten die intensiven Recherchen zu den Straftaten und Hintergründen der mutmaßlichen linksextremen Gruppe um die Leipziger Studentin Lina E. Von der Festnahme bis zum Prozess dokumentierten und analysierten Peikert, Rietzschel und Mania-Schlegel die Ereignisse. Entstanden ist der Podcast „Der Fall Lina E.“, in dem die Ergebnisse der Recherche in einem modernen Storytelling präsentiert werden. Der Podcast zeigt die Kompetenz des Teams, brisante gesellschaftspolitische Themen anzugehen, komplexe Sachverhalte zu durchleuchten und Hartnäckigkeit zu beweisen. Der Erfolg gibt ihnen Recht: Der Podcast war der erste Paid-Podcast der MADSACK Mediengruppe und der erfolgreichste Abo-Inhalt des Jahres 2023.



#### Das LVZ-Investigativteam:

Antonie Rietzschel, Nicole Grziwa, Josa Mania-Schlegel, Denise Peikert (v.l.n.r.)

# Das Leseerlebnis

## für die zweite Tasse Kaffee am Sonntag

Wie das RND den Leserinnen und Lesern mit der digitalen Zeitungsausgabe einen neuen Erscheinungstag erschließt und erfolgreich Partnerakquise betreibt

Das E-Paper am Sonntag erscheint seit Sommer 2022 für alle Titel der MADSACK Mediengruppe sowie für viele Partner des RedaktionsNetzwerks Deutschland (RND). Mit dem noch jungen Produkt liefert das RND überraschende Hintergründe, scharfe Analysen, spannende Reportagen und exklusive Interviews – ergänzt durch Artikel der regionalen Medienmarken. Darüber hinaus gibt es 2024 Sonder-E-Paper im Super-Sport- und Wahljahr, die für unsere Titel produziert werden, aber auch an andere Verlage verkauft werden, wie zum Beispiel das EM- und Olympia-Magazin oder die Magazine zur EU- und US-Wahl. Das E-Paper ist ein ausgeruhtes Magazin mit starken Bildern, einem aufgeräumten Layout und Geschichten mit Tiefgang. Die Inhalte finden unsere Leserinnen und Leser nur digital.

Das erste sonntägliche E-Paper erschien noch mit zwölf Seiten. Schon die zweite Ausgabe wuchs auf 16 Seiten an. Durch das E-Paper finden viele Leserinnen und Leser nun auch sonntags ihren Weg zu unseren Medienmarken – das ist messbar in den Nutzungszahlen zu erkennen. Rund 30 Prozent aller Lese-



rinnen und Leser, die das E-Paper regelmäßig lesen, lesen auch das E-Paper am Sonntag.

2023 war das neue Digitalangebot für das RND auch ein neuer Wachstumshebel, um neue Partner zu gewinnen. Es geben nicht nur immer mehr bestehende Verlagspartner das Angebot an ihre Abonentinnen und Abonnenten weiter, auch für weitere Verlage in Deutschland ist das E-Paper am Sonntag einer von vielen Gründen, Teil des Netzwerkes zu werden. Ab Mai 2024 beziehen mit internen und externen Verlagen, insgesamt 50 Partner das E-Paper am Sonntag – und weitere Verlage haben bereits angefragt. Ab Juni bezieht

auch die VRM (Verlagsgruppe Rhein Main) mit 18 Titeln das E-Paper am Sonntag, sodass das Magazin nun bei insgesamt 55 Titeln erscheint. Das E-Paper am Sonntag ist dabei ein strategischer Schritt zur Digitalisierung und Bindung von Partnern, führt zu hohen Öffnungsraten und Leserbindung.

Seit Anfang 2024 bezieht bereits die Aachener Zeitung das Magazin am Sonntag, mit dem Medienhaus Aachen hatte das RND zuvor noch keine Kooperation. Auch das Redaktionsnetz Westfalen (Ruhr-Nachrichten, Hellweger Anzeiger) bezieht mit seinen Titeln das E-Paper am Sonntag seit Mai 2024.

## Die Vielfalt des Erzählens

## Podcasts als gesellschaftlicher Impulsgeber

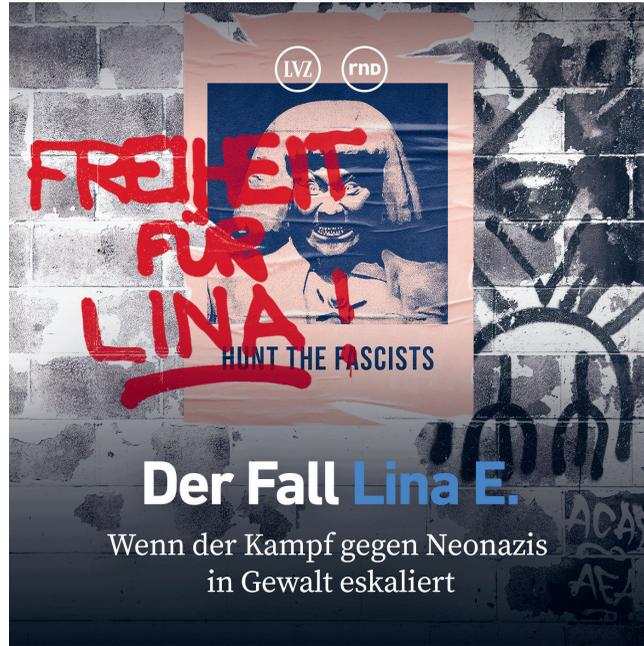
Zentralisiert zusammenarbeiten und herausragende Inhalte schaffen

Die Nachfrage nach kompakten und schnell zugänglichen Informationen explodiert. Podcasts sind die perfekte Antwort darauf – flexibel, jederzeit und überall verfügbar, bieten sie Unterhaltung und Wissensvermittlung nach individuellem Zeitplan.

Wir bei MADSACK haben durch die enge Zusammenarbeit des RND mit unseren Lokalredaktionen einen beachtlichen Meilenstein erreicht: Über 30 Podcasts wurden im Jahr 2023 produziert und fanden bei mehr als drei Millionen Zuhörenden Anklang. Mit einem beeindruckenden Anstieg der Streaming-Zahlen um 35 % bei ausgewählten Formaten beweisen unsere Podcasts ihre wachsende Relevanz und Beliebtheit.

Um die Nutzererfahrung weiter zu optimieren, hat Mario Sadlau, Motion Designer und kommissarischer Leiter des Audio-Teams beim RND, sich der Herausforderung gestellt, unsere vielfältigen Podcasts zu zentralisieren und die Produktion zu standardisieren. So können wir weiterhin spannende Inhalte mit Leidenschaft und Expertise erschaffen, die unser Publikum fesseln und begeistern.

## Erfolgreiche Podcast-Beispiele:



Der Podcast „Der Fall Lina E.“ von der LVZ

Sechs brutale Angriffe, 13 Opfer, manche von ihnen schwer verletzt: Die linksradikale Bande, die von Leipzig aus Jagd auf Neonazis in Sachsen und Thüringen gemacht haben soll, beschäftigt Polizei, Staatsanwaltschaften und Gerichte seit Jahren. Im Mittelpunkt: Lina E., eine Studentin aus Leipzig. Sie ist die mutmaßliche Rädelsführerin der Gruppe – und in linksradikalen Kreisen eine verehrte Heldin. Was steckt hinter dem Fall? Dieser Frage widmet sich der Podcast der *Leipziger Volkszeitung* (LVZ) im *RedaktionsNetzwerk Deutschland* (RND) und präsentiert in einer fünfteiligen Reihe über die linksextreme Gruppierung um Lina E. eine vielschichtige Analyse der gesellschaftlichen Auswirkungen von Linksextremismus in Deutschland. Das Team hinter der Recherche, bestehend aus Denise Peikert, Antonie Rietzschel, Nicole Grziwa, Josa Mania-Schlegel und Marie-Sophie Schiller, demonstriert eindrucksvoll die Ergebnisse ihrer investigativen Arbeit. Der Podcast war der erste Paid-Podcast der MADSACK Mediengruppe und der erfolgreichste Abo-Inhalt des Jahres 2023.

Der Video-Podcast „Gesund gehört“ von der PAZ

Der Video-Podcast „Gesund Gehört“ von der PAZ zündet die nächste Stufe! Seit gut einem Jahr klärt die Peiner Apothekerin Arlett Düker im Gespräch mit wechselnden Expertinnen und Experten aus den Bereichen Gesundheit und Wellness über Mythen und Missverständnisse in sensiblen Bereichen wie der eigenen Gesundheit auf. Das Motto: Verständliche Infos und praktische Tipps rund um ein aktuelles Gesundheitsthema, stehen im Mittelpunkt jeder Folge. Für die kommenden zehn Ausgaben konnte der Premiumpartner und Apothekenausstatter Apostore gewonnen werden, der mit 35.000 Euro eine beachtliche Summe sponsort. Zusätzlich gibt es weitere Sponsoren pro Folge, die jeweils zwischen 1.000 und 2.000 Euro beisteuern. Mit dem Start der neuen Partnerschaft wird zudem ein eigener „Gesund Gehört“ Youtube-Kanal eingerichtet, um gesundheitsinteressierte Personen gezielt ansprechen zu können.

Entwickelt wurde das Konzept in enger Zusammenarbeit mit Carsten Winkler, Geschäftsführer MMO und dem Digital-Team der PAZ. Die bisher erschienenen elf Folgen zu den Themen Allergien, Abnehmen, Schmerz, Stress und ausgewogene Ernährung erreichen bis zu 2.000 Aufrufe auf YouTube und werden zusätzlich auch auf allen gängigen Podcast-Plattformen als Audio veröffentlicht.



Apotheken-Inhaberin Arlett Düker und Kinderärztin Brigitte Ridder sprachen über das Thema Allergien.

Foto: PAZ-Archiv

Felix Harbart und Volker Wiedersheim im Aufnahmestudio



Der Podcast „Klar so weit?“ von der HAZ

Der Themenpodcast „Klar so weit?“ hat sich nicht einem bestimmten Interessensgebiet wie Sport oder Crime verschrieben, sondern bietet seinen Hörerinnen und Hörern einmal in der Woche eine Tiefenbohrung in das lokale oder niedersächsische Thema der Woche.

Felix Harbart, stellvertretender Chefredakteur der HAZ, und Volker Wiedersheim, Chef vom Dienst im Newsroom, geben ihren Zuhörerinnen und Zuhörern mit „Klar so weit?“ eine einzigartige Möglichkeit, tief in die aktuellen Geschehnisse aus Hannover, der Region und Niedersachsen einzutauchen. Dabei nutzen sie die Expertise der HAZ- und NP-Redaktionen durch Interviews mit Kolleginnen und Kollegen, die sich den jeweiligen Themen schon lange widmen. Das bringt den Hörerinnen und Hörern die HAZ-/NP-Redaktion auf ganz neue Weise nahe und verstärkt die Bindung zu den digitalen und gedruckten Produkten.

Die Zahlen sprechen für sich: Pro Folge verzeichnet die Sendung zwischen 1.000 und 2.500 Zuhörenden. Insgesamt haben bisher mehr als 60.000 Menschen eingeschaltet. Ein beeindruckendes Echo und ein Beleg für den Erfolg des Konzepts.

Vodcast „Jetzt mal ehrlich“ von TVN

Im Realtalk-Vodcast „Jetzt mal ehrlich“, produziert von TVN, werden im Auftrag der Pronova BKK gesundheitliche Tabuthemen erörtert, um über Vorurteile, Mythen und Ängste rund um verschiedene mentale und körperliche Herausforderungen aufzuklären. Im moderierten Gespräch kommen sowohl Fachkräfte als auch Betroffene zu Wort. Dieser Podcast wird sowohl als Audio-Podcast veröffentlicht sowie als Video-Podcast. Das Format ist das erfolgreichste Social Media-Format der Pronova BKK und wird 2024 mit einer zweiten Staffel fortgesetzt.

TVN produziert diverse Podcastformate, sowohl technisch als auch inhaltlich. Thematische Schwerpunkte liegen in den Sektoren Unterhaltung, Wissenschaft und Medizin. Creative Director Rolf Rosenstock verantwortet den Bereich Podcast bei TVN CORPORATE MEDIA und kennt die Stärken des Formats: „Für mich persönlich sind Podcasts das ideale Medium, um persönliche oder informative Geschichten professionell und kreativ erzählen zu können.“

Der Vodcast „Jetzt mal ehrlich“ bei der Aufnahme





VL:  
Carsten Winkler, Frederike Geick, Melanie Stallmann,  
Christian Kuttkat und Christoph Oppermann,  
Foto: Ralf Büchler

# Ein himmlisches Dankeschön

## Zum 175. Geburtstag: „PAZ sagt Danke“ und verlost tolle Preise

Die *Peiner Allgemeine Zeitung* (PAZ) feierte ihren 175. Geburtstag und bedanke sich mit einer besonderen Aktion bei ihren treuen Leserinnen und Lesern. Am 2. September flog ein Motorsegelflugzeug über den Landkreis Peine – im Schlepptau ein XL-Banner mit der Aufschrift „PAZ sagt Danke“. Wer aufmerksam den Himmel beobachtete und das „Gespann“ sah, konnte mit einem Schnappschuss tolle Preise gewinnen.

Unter allen Fotoeinsendungen der Teilnehmenden wurden zehn 30-minütige Segelflüge verlost. Ein weiterer Gewinn waren 30 PAZ+-Jahresabos, um immer auf dem aktuellen Nachrichtenstand, entweder via App „PAZ – Nachrichten und Podcast“ oder über die Internetseite [paz-online.de](http://paz-online.de), zu sein. Damit möglichst viele Leserinnen und Leser die Chance hatten, den Motorsegler zu erblicken, wurde die Aktion im Vorfeld angekündigt.

Für das Schleppen des Banners „PAZ sagt Danke“ haben zwei Piloten vom Verein Uhlenflug Peine extra eine Berechtigung erworben und diese in ihre Fluglizenz eintragen lassen. Einer von ihnen ist der Vorsitzende des Vereins, Frank Hitzel. Er sagt: „Wir unterstützen die Geburtstagsaktion der PAZ gern. Für beide Seiten ist das gute Werbung.“ PAZ-Chefredakteur Christoph Oppermann ist ebenfalls begeistert von der gemeinsamen Flugaktion: „Sie, liebe Leserinnen und Leser, schenken uns jeden Tag Ihr Vertrauen. Dafür sagen wir jetzt Danke – mit einer ‚himmlischen‘ Idee.“

# Polit-Talk „Markus Lanz“ wird 15 Jahre alt

TVN produziert die Sendung im Auftrag von Mhoch2 in Hamburg

Am 3. Juni 2008 startete „Markus Lanz“ im ZDF. 2023 schrieb die ZDF-Abendsendung ein Stück TV-Geschichte: 15 Jahre spannender Gespräche am späten Abend und mittlerweile 1.812 Sendungen. Als Unterhaltungssendung mit einem bunten Gäste- und Themenmix gestartet, ist das Format heute eine der wichtigsten politischen Talkshows in Deutschland. Die besonderen Stärken liegen in der sehr fundierten Vorbereitung und der hohen Aktualität – immer wieder werden kurzfristig Liveschalten in die ganze Welt realisiert.

TVN setzt die Liveschalten und auch die Sendung selbst technisch um. MADSACKs TV-Profis betreiben im Auftrag der Fernsehmacher die Studios im Hamburger Phoenixhof, wo die Talk-Sendungen mit Markus Lanz produziert werden. Als weitere beliebte Formate der Fernsehmacher realisiert TVN im Studiokomplex Phoenixhof unter anderem auch „Die Küchenschlacht“, eine Kochshow mit Livepublikum.



Foto: © TVN/Fernsehmacher

# Preisgekrönte Arbeit



**Stolze Gewinner: Dennis Betzholz (2.v.l.) und Stefanie Gollasch (l.) von den Kieler Nachrichten.**  
Den Preis überreichten Norbert Lammert (r.) und Jana Klameth (2.vrl.).



**LVZ-Chefredakteurin Hannah Suppa (l.) und LVZ-Reporterin Antonie Rietzschel.**  
Quelle: Christian Modla / Wolfgang Sens

## Auszeichnungen für MADSACK-Kolleginnen und -Kollegen

### Preis des Bundes der Steuerzahler für den „Hartnäckigsten Journalisten“

HAZ: HAZ-/NP-Autor Karl Doeleke

### Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung

KN: 1. Preis für die Redaktion der *Kieler Nachrichten* für die Aktion „Licht zeigen“: vertreten durch Chefredakteurin Stefanie Gollasch und den stellvertretenden Lokalchef Dennis Betzholz

### Medium Magazin – Journalistinnen und Journalisten des Jahres 2023

LVZ: Hannah Suppa | Kategorie Chefredaktion regional (2. Platz)  
Antonie Rietzschel | Kategorie Reportage regional (3. Platz)

### Journalistenpreis vom DEUTSCHEN JOURNALISTENVERBAND BERLIN

MAZ: Hermann M. Schröder „Der lange Atem“ | Kategorie Local Hero

### Medienpreis Rufer

OZ: Martina Rathke „Wie Sklaven gefühlt“ | Kategorie Print (1. Platz)  
Andreas Meyer Anerkennung für die exklusive Nachricht „Nordex schließt Rotorblattwerk in Rostock“

### Niedersächsischer Medienpreis 2023

NP: Podcast „True Crime Hannover“ | Kategorie Internet Online

### European (Digital) Publishing Award

RND: *RND OnePlatform* | Kategorie Business Model

### Google Publisher Data Award 2023

RND: Nutzerlösung innerhalb der *RND OnePlatform* | Kategorie „Building User Trust“

### Schleswig-Holsteinischer Journalistenpreis 2023

KN: Ulrich Metschies | „Corona hat mich gekillt“ (3. Platz)  
LN: Rabea Osol | Reportage „Folgen von Covid“ (Nachwuchspreis)  
Hannes Lintschnig | Interview „Letzte Generation“ (2. Platz)

### Deutscher Agenturpreis

MMA Podcast „Energielevel – Der Q&A-Podcast mit Daniel und Spax der Stadtwerke Garbsen“ | Kategorie B2C/Audio

### Wettbewerb „Die fahrradfreundlichsten Arbeitgeber\*innen“ der Landeshauptstadt und der Region Hannover

MADSACK Auszeichnung (Urkunde) als fahrradfreundlicher Arbeitgeber



**Herrmann M. Schröder:**  
ausgezeichnet mit dem Journalistenpreis



**Der Ruferpreis 2023 der IHK wurde an die OZ-Chefreporter Martina Radtke und Andreas Meyer vergeben.**  
Quelle: IHK Schwerin/Montage sd



**Laudator Marvin Wildhage mit den Preisträgern Christian Lomoth und Ralf Rosenstock**

# Impressum

---

## Herausgeberin

Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG  
August-Madsack-Straße 1  
30559 Hannover  
www.madsack.de

## Gesamtverantwortung

Kathrin Petersen

## Gestaltungskonzept, Design und Realisation

Dievision Agentur für Kommunikation GmbH  
Robert-Koch-Platz 10  
30173 Hannover  
www.dievision.de

## Redaktion und Konzeption

MADSACK Mediengruppe  
Lucia Mecke

## Autorinnen und Autoren

Franziska Zahn,  
Lucia Mecke,  
Michalea Bahr, PAZ-Redaktion

## Fotos

MADSACK Mediengruppe, RedaktionsNetzwerk Deutschland,  
Oliver Reetz, Ralf Büchler, Tim Schaarschmidt, Ulf Dahl, Chris-  
tian Modla, Wolfgang Sens, Jonas Dengler, Lübecker Nach-  
richten, Ostsee-Zeitung, Leipziger Volkszeitung, Märkische  
Allgemeine Zeitung, TVN/Fernsehmacher

## Layout und Druck

Dievision – Agentur für Kommunikation GmbH  
Umweltdruckhaus Hannover GmbH

