

Montag, 16. Juni 2014

PRESSEINFORMATION Neue Wochenzeitung in Wuppertal / Ersterscheinung am 27. Juni

Vielleicht ist es ein bisschen verrückt – mit Sicherheit aber mutig: In Zeiten, in denen nahezu alle Printmedien Leser verlieren und mit einer sinkenden Auflage kämpfen, erscheint in Wuppertal am Freitag, 27. Juni, eine neue Wochenzeitung. Gedruckt. Die Macher, Jan Filipzik (31) und Florian Schmitz (33), sind ausgebildete Redakteure. Sie glauben daran, dass guter Journalismus auch im digitalen Zeitalter funktioniert. Und daran, dass es einen Platz für ihn gibt.

Talwaerts heißt die lokale Wochenzeitung, die die Beiden zusammen mit einem Team aus anderen Journalisten auf den Markt bringen. 16 Seiten in Farbe, im Format DIN-A4. Optisch ist talwaerts eine Mischung aus Magazin und Tageszeitung. Inhaltlich will sie mit Qualität überzeugen. „Wir liefern natürlich aktuelle Berichte und Meldungen, legen unseren Fokus aber auf interessante Hintergründe, spannende Reportagen und ungewöhnliche Interviews“, sagt Herausgeber Florian Schmitz.

In den Artikeln vertreten die Autoren ihre Meinung

Geschrieben und gestaltet wird talwaerts von einem Kernteam aus fünf Journalisten. Gastbeiträge und Artikel anderer Autoren sind ausdrücklich willkommen. So gibt es bereits zum Start eine Kooperation mit dem lokalen Nachrichtenportal njuuz und dem Online-Magazin woot!, das von jungen Nachwuchsautoren geschrieben wird. Vielfalt ist den Zeitungsmachern wichtig. In ihren Artikel vertreten sie eine Meinung und zeigen Haltung. „Wir sagen, was wir denken“, bringt Florian Schmitz es auf den Punkt.

Am Auftaktwochenende, 27. und 28. Juni, ist das Team von talwaerts mit einem Stand in der Wuppertaler Innenstadt vertreten. Es will Präsenz zeigen. Zuvor haben die Redakteure bereits Tausende Postkarten mit Informationen über die neue Wochenzeitung verteilt und viele wichtige Wuppertaler persönlich angeschrieben. „Wir wissen, dass es in Wuppertal einen Markt für talwaerts gibt. Jetzt müssen wir unsere Leser nur erreichen“, sagt Jan Filipzik. Dabei setzt das Team vor allem auf eine junge Zielgruppe zwischen 25 und 45 Jahren. „Es gibt in unserer Stadt viele Menschen, die mitreden wollen und wissen wollen, was hier passiert. Die aber keine Lust auf eine Tageszeitung haben. Und genau die sprechen wir an.“

Talwaerts verzichtet bewusst auf Anzeigen

Talwaerts erscheint ab dem 27. Juni immer freitags, kostet 1,90 Euro und kann an ausgewählten Stellen sowie als Abonnement gekauft werden. Dabei verzichten die Macher bewusst auf Anzeigen und finanzieren sich ausschließlich über den Verkauf. „Wir sind unabhängig und niemandem verpflichtet. Mit dem was wir tun, wollen wir auch beweisen, dass guter Journalismus einen Wert hat, der von den Menschen geschätzt und anerkannt wird“, sagt Jan Filipzik. Zu dieser Strategie gehört auch, keine Artikel ins Internet zu stellen. „Wir haben zwar eine Webseite, dort kündigen wir die Inhalte der kommenden Ausgabe aber lediglich an.“

Für die Entwicklung von talwaerts haben die Macher sich rund sechs Monate Zeit gelassen. „Ich denke, das ist recht schnell für so ein großes Vorhaben. Aber wir sind sicher, dass genau jetzt der richtige Zeitpunkt ist, um eine gute Wochenzeitung herauszubringen“, sagt Florian Schmitz. Und zwar eine aus Papier. Zum Anfassen.

www.talwaerts-zeitung.de