

DAS AZUBI-MAGAZIN
HEADS

UP

VON AZUBIS FÜR AZUBIS

© 2019 **celia**



Eine Ausgabe von den Auszubildenden der

Walsroder Zeitung

INHALT

02 ZEITUNG – WAS IST DAS?
Definition des Medium Zeitung

05 WELTWEIT VERTRETEN
Massenmedium Zeitung

08 HURENKIND & SCHUSTERJUNGE
Typografische Bezeichnungen

10 UNENDLICH VIELE MEDIEN
– UND DOCH NUR EINS.
Multichannel-Medium Zeitung

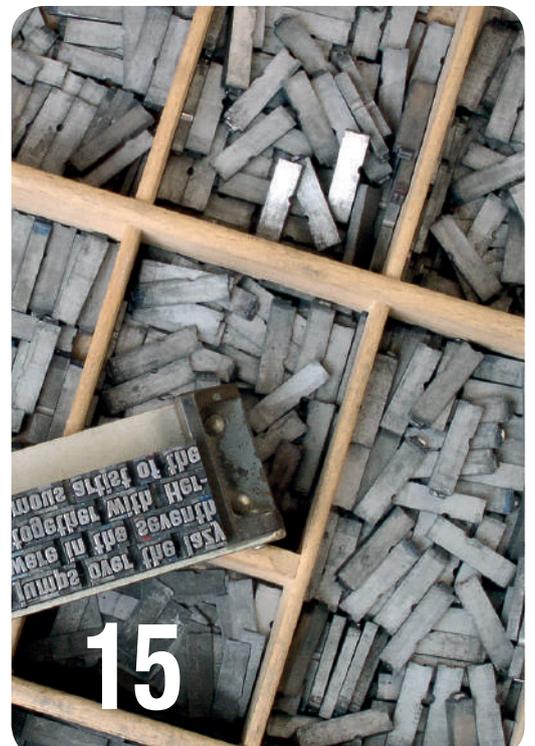
11 ZEITUNG VON MORGEN
Jugendliche lesen heute schon die
Zeitung von morgen

12 ZEITUNGS-WORKFLOW
Von der Produktion zur fertigen
Zeitung im Briefkasten

15 WIE ALLES BEGANN ...
Die Entstehung der Zeitung

17 ZWISCHEN DEN ZEILEN
Wissenwertes über die J. Gronemann
KG

HEADS-UP Inhaltsübersicht



VORWORT

Man fragt sich sicher: eine „Zeitung“ über Zeitungen? Was soll das bloß? Ein Stapel Papier, voll von Buchstaben und Bildern. Was kann daran so interessant sein? Wo liegt die Besonderheit? Im Folgenden gibt es auf diese Fragen Antworten mit weit mehr als nur Basiswissen.

Im Rahmen des AZuBi-Projektes, erstellen wir einen Bildungsbrief, der einen Einblick in unsere Arbeitswelt verschafft. Recherche, Stöbern und Hinweise machten dieses Projekt zu einer aufregenden Angelegenheit. Wir haben selbst viel dazu gelernt und wollen dieses Wissen jetzt teilen. Wie war das damals mit dem Druckvorgang? Wie wird das Zeitungspapier hergestellt? Welche Handlungen müssen getätigt werden, damit die vollständige Zeitung in meinem Briefkasten landet?

Hintergründe zur Herstellung, Daten und Fakten, Zukunft der Zeitung und andere interessante Informationen warten darauf, verschlungen zu werden.

Viel Spaß dabei!

Das Heads-Up - Team



Mona Gerdson

Auszubildene
zur Medienkauffrau



Franziska Haase

Auszubildene
zur Mediengestalterin
in Digital und Print

Impressum

Herausgeber:

J. Gronemann KG
Lange Straße 14
29664 Walsrode
Tel. (0 51 61) 60 05-0
Fax (0 51 61) 60 05-28
walsroderzeitung@wz-net.de
www.wz-net.de

Bilder:

bilderbox.de

© olly - fotolia.de

© lassedesignen - fotolia.de

Anja Kronberg - pixelio.de
wilhei - pixelio.de
Booksbaum - pixelio.de

Quellen:

die-zeitungen.de

was-war-wann.de

Springer Verlag -
Kompendium Mediengestaltung
Konzeption und Gestaltung
für Digital- und Printmedien
Band 4



ZEITUNG

- WAS IST DAS?

Die Zeitung umfasst:

- lokale und internationale Nachrichten
- Anzeigen
- Mitteilungen
- Meinungen
- Cartoons
- Sportnachrichten
- Fernsehprogramm

Die Zeitung ist ein öffentliches Print-Medium, das täglich oder wöchentlich herausgegeben wird. Sie umfasst lokale und internationale Nachrichten, Anzeigen, Mitteilungen, Meinungen, Cartoons, Sportnachrichten sowie das Fernsehprogramm.

Es ist eine wichtige Methode die Öffentlichkeit all das wissen zu lassen, was in ihrer Region und der ganzen Welt geschieht. Selbst mit den Fortschritten in der Computertechnologie, werden Zeitungen weiterhin ein wichtiger Aspekt des täglichen Lebens sein. Die Vorderseite hat die wichtigsten Meldungen des Tages.

BEZAHLT GEMACHT

Fakten über Zeitungen



3/4

der Internetnutzer glauben, dass gedruckte Zeitungen eine Zukunft haben: durch ihre intensive Nutzung und die Qualität der Blätter wird die Zeitung sehr geschätzt. 64,4 % lesen regelmäßig eine gedruckte Tageszeitung, 18 % eine gedruckte Wochenzeitung und 37,5 % lesen mindestens einmal wöchentlich die Online Ausgabe.

22,58

Millionen Zeitungen wurden pro Erscheinungstag im vierten Quartal 2012 in Deutschland verkauft. Somit ist Deutschland der größte Zeitungsmarkt Westeuropas. Großbritannien folgt mit einer Auflagenhöhe von 18,6 Millionen, Frankreich mit 8,0 Millionen und Italien mit 7,9 Millionen.



40

Minuten pro Tag nimmt sich der Leser Zeit, um die gedruckte Zeitung zu lesen. Für die Ausgabe am Samstag sogar 44 Minuten. Es wird hauptsächlich am Vormittag gelesen, wenn die Leser ihren Tag planen. Drei Viertel lesen die Zeitung, bevor sie einkaufen gehen.

75%

Steigerung der ePaper-Auflage. Im Vergleich zum vierten Quartal 2011 steigerte sich die verkaufte ePaper-Auflage im vierten Quartal 2013 um 75,36 Prozent.

1605

wurde die erste Zeitung der Welt „Relation“ von Johann Carolus in Straßburg gedruckt.



6,5 Millionen

Deutsche nutzen das Internet, um ihre Zeitung zu lesen. Mobil werden die Inhalte der Zeitungen durch Smartphones und Tablets. Mit 2,8 Millionen ist die Altersgruppe zwischen 14 und 29 Jahren die Größte der mobilen Zeitungsleser.



347

Tageszeitungen existieren in Deutschland, davon 133 mit Vollredaktion, die 1552 lokale Ausgaben herausgeben.

ZEITUNGSPAPIER IN 7 SCHRITTEN HERGESTELLT

1. STOFFAUFBEREITUNG:

In der Stoffaufbereitung werden Frischfasern, sowie Altpapier mit Füll- und Hilfsstoffen gemischt. (Holzstoff = mechanisch zerkleinertes Holz, Zellstoff = chemisch aufgeschlossenes Holz)

2. STOFFAUFLAUF:

Im Stoffauflauf wird die verdünnte Fasermischung auf die Breite bzw. Länge der Maschine verteilt (10 m breit, 200 m lang).

3. SIEBPARTIE:

Auf dem Sieb werden die Fasern aneinander gelagert, wobei viel Wasser abläuft, so dass das sogenannte "Blatt" noch etwa 80% Wasser enthält.

4. PRESSEPARTIE:

50-60% Wasser ist nach dem Pressen, mittels mechanischen Drucks, noch enthalten.

5. TROCKENPARTIE:

In der Trockenpartie wird die Papierbahn von der restlichen Feuchtigkeit durch Verdampfung befreit.

6. GLÄTTWERK:

Das Papier wird im Glättwerk ageglättet.

7. AUFROLLUNG:

Die fertige Papierbahn wird auf einem Tambour (Stahlkern) aufgewickelt.

Zeitungsdruckpapier wird in Rollen bis zu 300 cm Breite und mit einem Gesamtgewicht bis zu von 4,5 t transportiert.

STARKE STÜCK

AUFBAU

Titelseite
Lokalteil
Sportteil
Mantelseiten
Anzeigenteil
Rubrikenmärkte

ZEITUNGS-FORMATE

Berliner Format	470 x 630 mm
Rheinisches Format	530 x 720 mm
Nordisches Format	570 x 800 mm

Zeitungspapier zeichnet sich durch eine kurze Lebensdauer (10 – 50 Jahre, bei guter Lagerung länger) und geringe Wetterbeständigkeit aus.

Gute Druckeigenschaften wie zum Beispiel einen hohen Grad an Farbechte und niedrige Kosten sprechen ebenfalls für sich. Zu einem großen Teil wird es aus recyceltem Altpapier hergestellt. Es ist sehr leicht, gut falt- und hand-

habbar. Seit mehr als 100 Jahren dient das heute verwendete Zeitungspapier schon als Grundlage für Tages- und Wochenzeitungen. Zeitschriften werden mit einem Papier hergestellt, an welches andere Anforderungen gestellt sind. Weggeworfenes Zeitungspapier verunziert die Umwelt zwar, allerdings belastet es diese wenig, da es bei entsprechenden Bedingungen schon nach wenigen Monaten verrottet.

WELTWEIT VERTRETEN

MASSENEDIUM ZEITUNG

China

Die Anfänge des modernen chinesischen Journalismus begannen vor dem 19. Jahrhundert. In Hongkong und Shanghai etablierte sich eine ausländische Presseszene.

Zunächst wurden missionarische Zeitschriften und Regierungsblätter der ausländischen Kolonialregierung publiziert. Chinesischsprachige Beilagen wurden bald mit der Herausgabe von ausländischen Tageszeitungen, meist britisch, veröffentlicht. Im 19. Jahrhundert wurden die ersten chinesischsprachigen Tageszeitungen in China bekannt gemacht. Die in Hongkong registrierte Online Publikation „Asia Times Online“, wurde 1999 gegründet und verbreitet Nachrichten und Kommentare auf englisch und chinesisch. Außerdem untersuchen die Berichten Themen wie zum Beispiel geopolitische, wirtschaftliche, geschäftliche und politische Geschehnisse aus asiatischer Perspektive.

Finanziert wird der Dienst durch Werbung und Weiterverkauf von Originalinhalten an andere Nachrichtendienste. Die „Asia Times“ war der Vorgänger des Online Produkts, welche 1995 gegründet wurde. Aufgrund der Asienkrise 1997 musste die Zeitung eingestellt werden.

Indien

Die größte englischsprachige Tageszeitung Indiens ist „The Times of India“, kurz „TOI“. Die als konservativ geltende Zeitung gehört zum Unternehmen Bennett, Coleman & Co und hatte 2005 eine verkaufte Auflage von mehr als 2,4 Millionen Exemplaren. Am 3. November 1838 wurde die Zeitung als „The Bombay Times and Journal of Commerce“ gegründet.

Im Westen von Britisch-Indien wurde diese von Kolonisten gelesen. Berichtet wurde hier über Neuigkeiten aus Europa, Amerika und dem indischen Subkontinent. Erschienen ist sie samstags und mittwochs und wurde durch übliche Dampfschiffe zwischen Indien und Europa verbreitet.

STIMMT'S?

WAHR ODER FALSCH

- 1 In Indien gibt es die meisten Tageszeitungen.
.....stimmt
- 2 Eine Falschmeldung in einer Zeitung nennt man „Ente“.
.....stimmt
- 3 Die Auflagenstärkste Zeitung der Welt kommt aus Japan mit einer Auflage von 10.021.000 Stück.
.....stimmt
- 4 Es gibt 8 mehrsprachige Zeitungen.
.....stimmt
- 5 Zeitungen austragen darf man mit 14 Jahren.
.....stimmt
- 6 Südafrika hat keine eigene Tageszeitung.
.....stimmt
- 7 Zeitung bedeutete früher „beliebige Nachricht“.
.....stimmt
- 8 „The Times of India“ ist die größte indischsprachige Tageszeitung Indiens.
.....stimmt
- 9 In Deutschland erscheint monatlich die Deutsch-Chinesische Allgemeine Zeitung.
.....stimmt

10 ARGUMENTE FÜR DIE ZEITUNGEN



1 EIN STARKER WERBETRÄGER

Die Zeitungen erzielten 2010 die zweithöchsten Netto-Werbereinnahmen aller Werbeträger. Dies zeigen die vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) regelmäßig ermittelten Netto-Werbeumsätze. Mit Werbeeinnahmen in Höhe von über 3,8 Milliarden Euro lagen die Zeitungen 2010 in der Spitzengruppe der umsatzstärksten Medien.

3 VOR DEM EINKAUF GELESEN

Werbung in der Zeitung hat ein besonders hohes Wirkungspotenzial: Die Zeitung wird primär am Vormittag gelesen – wenn sich die Rezipienten noch in der aktiven Phase der Tagesplanung und Entscheidungsvorbereitung befinden. Aktivierungspotential und Kaufimpuls der Zeitungswerbung sind daher besonders hoch. Die meisten lesen gleich vormittags oder spätestens im Laufe des Nachmittags. Bis 12 Uhr mittags haben gut drei Viertel bereits in ihrer Zeitung gelesen. Durch den günstigen Lesezeitpunkt wird der praktische Einkaufsnutzen von Werbung in der Zeitung noch deutlich erhöht, indem die dort erhaltenen Informationen in Kaufentscheidungen umgesetzt werden können.

2 VON FAST ALLEN GELESEN

46,7 Millionen Bürger in Deutschland greifen täglich zur gedruckten Zeitung. Die Tageszeitungen in Deutschland haben damit eine Reichweite von 66,6 Prozent, alle Zeitungsgattungen zusammen erreichen 71 Prozent. Die Leselust ist in allen Alters- und Bevölkerungsgruppen stark ausgeprägt. Leser kommen aus allen soziodemografischen Schichten, wobei höher gebildete und besser verdienende Personen überdurchschnittlich häufig Zeitung lesen. Mit der Zeitung können praktisch alle Bevölkerungsgruppen und alle Verbraucher auf einen Schlag erreicht werden – Tag für Tag.

4 AUSFÜHRLICH GENUTZT

Zeitungen bieten Durchblick. Wer was sagt, meint oder tut – die Zeitung berichtet darüber und gibt damit Orientierung. Von ihren Lesern wird die Zeitung täglich erwartet – zur Information über alle Lebensbereiche und zur Orientierung über die aktuellen Angebote des Handels. Daher ist die Zeitung unverzichtbar und wird entsprechend intensiv genutzt. 39 Minuten wird die tägliche Zeitung im Durchschnitt gelesen. Zwei Drittel der Leser (66 Prozent) geben an, dass sie in der Regel alle bzw. mindestens drei Viertel der Seiten ihrer Tageszeitung lesen. Und die Zeitung wird weitgehend vollständig durchgeblättert oder -gelesen, wobei sie ein nennenswerter Teil der Leser sogar mehrfach zur Hand nimmt. Daher haben Anzeigen in allen Teilen der Zeitung hervorragende Beachtungschancen.

5 REGIONALE UND LOKALE KOMPETENZ

In der Bevölkerung ist die Zeitung nach wie vor das mit Abstand wichtigste Medium für die Information über den eigenen Wohnort und die nähere Umgebung. Mit ihrer differenzierten und aktuellen Berichterstattung über die regionalen Geschehnisse ist die Zeitung das unverzichtbare Basismedium für die regionale und lokale Kommunikation. Dies gilt für die redaktionellen Teile und für die Werbung. Was geschieht im lokalen und regionalen Raum, welche Angebote der Werbetreibenden gibt es vor Ort? Die aktuelle Tageszeitung bietet täglich Antwort und hält so über das Geschehen auf dem Laufenden.



6

ANZEIGEN IN ZEITUNGEN WERDEN STARK BEACHTET

Werbung in der Zeitung erzielt starke Aufmerksamkeit und bleibt im Gedächtnis der Konsumenten. Bei der Anzeigengestaltung haben vor allem Format und Farbe Einfluss auf die Beachtung, die Platzierung dagegen kaum. Schon kleinere Anzeigen erzielen starke Beachtung. Durch die Kombination von Farbeinsatz und Größe einer Anzeige sowie die Verwendung kreativer Gestaltungselemente lassen sich zusätzliche Beachtungs- und Sympathiegewinne erzielen. Dabei gilt: Je besser und ansprechender die individuelle Anzeige gestaltet ist, umso stärker wird sie beachtet.

7

ZEITUNGS- WERBUNG IST NÜTZLICH

Werbung in Zeitungen stößt auf große Akzeptanz. Die große Mehrzahl der Leser beurteilt Zeitungsanzeigen als hilfreiche Verbraucherinformation und ist damit aufgeschlossen für Werbebotschaften, die sehr gerne als Entscheidungshilfe genutzt werden. Mehr als acht von zehn Lesern sind der Ansicht, dass Anzeigen in der Zeitung „glaubwürdig und zuverlässig“ sind, 79 Prozent bestätigen den praktischen Einkaufsnutzen der Zeitungsanzeigen. Die positive Bewertung ist die beste Voraussetzung für den Erfolg der Unternehmen, die bei ihrer Abverkaufs- und Imagewerbung auf die Zeitung setzen.

8

ZEITUNGEN VERANKERN BOTSCHAFTEN IM GEDÄCHTNIS

Ein hoher Zeitungsanteil im Media-Mix führt zu deutlich besseren Wirkungen. Werbekampagnen werden umso besser erinnert, wenn die Zeitungen mit einem substanziellen Anteil im Media-Mix vertreten sind. Starke Kampagnen fallen durch Format und Farbe in der Zeitung besonders auf und bereits mittlere Media-Mix-Anteile sorgen dafür, dass die Konsumenten diesen Impuls ohne weitere Stützung aus dem Gedächtnis reproduzieren können. Was in der Zeitung steht, merkt man sich besonders gut, nämlich das "Wichtige" und "Richtige", was es sich zu merken lohnt.

9

INFOQUELLE FÜR ANGEBOTE DER GESCHÄFTE

Egal ob es um den Kauf von Dingen des täglichen Bedarfs, um Bekleidung oder Schuhe, um Drogeriewaren, Unterhaltungselektronik oder anderes geht – Anzeigen und Prospektbeilagen in der Zeitung werden von den meisten Bundesbürgern bevorzugt als Quelle der Einkaufsinformation genutzt. Die besondere Relevanz der Werbemittel in der Zeitung verdeutlicht ein Vergleich mit anderen Formen der Handelswerbung: 40 Prozent der Bundesbürger betrachten Werbung in der Tageszeitung als die wichtigste Möglichkeit, um sich über Angebote der Geschäfte zu informieren. Für weitere 21 Prozent stellt sie die zweitwichtigste Informationsmöglichkeit dar.

10

SPITZEN- WERTE IN KONTAKT- QUALITÄT

Die Zeitungen vereinen hervorragende Kommunikationsqualitäten mit ebenso herausragenden Werbequalitäten. Zu Recht, denn Zeitungen bieten ihren Lesern redaktionell und werblich eine Vielzahl positiver Eigenschaften: Sie sind aktuell, informieren über die wichtigen Neuigkeiten, stehen für Qualität, sind glaubwürdig und sympathisch, sachlich und unterhaltsam. Diese Wahrnehmung der Zeitungen gilt für die tägliche Berichterstattung ebenso wie für die Zeitungswerbung. Denn vom positiven Image der Zeitung profitiert auch die darin enthaltene Werbung. Vor allem in der Frage der Glaubwürdigkeit haben die Zeitungen einen deutlichen Vorsprung gegenüber anderen Medien. Dies wirkt sich auch auf die Werbung in der Zeitung aus: Nur ein Medium, das selbst als glaubwürdig angesehen wird, kann der transportierten Werbebotschaft einen seriösen, glaubwürdigen Eindruck verleihen und damit ihre Wirkung verstärken. Zeitungskampagnen wirken daher besonders effektiv.

HURENKIND?

Hurenkind bezeichnet man einen Fehler im Umbruch eines Werkes. Die letzte Zeile eines Absatzes steht dabei alleine am Anfang einer neuen Seite oder Spalte. Das bedeutet, dass hierbei die letzte Zeile eines Absatzes an den Anfang einer neuen Spalte oder Seite gesetzt wird.

Diesen Fehler bezeichnet man heute auch als Witwe, welcher vielleicht doch ein etwas freundlicheres Frauenbild vermittelt. In der Typographie gelten Witwen als schwere handwerkliche Fehler. Sie beeinträchtigen die Konturen des Satzspiegels besonders stark.





SCHUSTERJUNGE?

Der Begriff Schusterjunge bezeichnet eine Zeile, die sich vorwitzig wie ein Schusterjunge auf die vorhergehende Seite wagt. Er gilt gegenüber der Witwe bzw. Hurenkind als nicht so auffälliger Fehler. *Wenn die Absätze mit Einzug gesetzt werden, fällt das optisch*

besonders auf. Hierbei wird eine Spalte oder Seite nach der ersten Zeile eines neuen Absatzes umbrochen und diese steht am Ende der Seite oder Spalte.



UNENDLICH VIELE MEDIEN. UND DOCH NUR EINS.

MULTICHANNEL MEDIUM: ZEITUNG

Nicht nur als Printmedium begehrt,
sondern auch in digitaler Form sehr geschätzt:
die Zeitung.

In der Echtzeit-Welt des Internets ist es
immer schwieriger zu überprüfen, welche
Neuigkeiten oder welche Angebote verlässlich
sind und welche nicht.

Für viele ist die Glaubwürdigkeit der Zeitung
im Internet das A und O, denn unter den fünf
meistzitierten Quellen im Social Web befinden
sich **vier Zeitungen.**

Schadet das Internet der Zeitung? Nein, sie hat nur auf das Internet gewartet. Nie war die Zeitung schneller, lebendiger und stärker. Zu einem multidimensionalen Kaleidoskop hat die Zeitung sich entwickelt. Die Verbraucher haben diesen Wandel zu einem Multichannel-Medium mitarrangiert.

Auf vielen unterschiedlichen Kanälen wird die Zeitung heute, gerne auch abwechselnd, genutzt. Nur weil neue Medien und Endgeräte hinzukommen heißt das nicht, dass das Bedürfnis nach verlässlicher Information nachlässt. Eher besser. Die seriösen journalistischen Inhalte der Zeitung

werden immer relevanter, da mit der ständig wachsenden Informationsflut, die Verlässlichkeit der Informationsquelle immer bedeutender wird. Schon heute haben die Zeitungen im Netz eine enorm hohe Nachfrage. 660 Online-Ausgaben der Zeitung werden jeden Monat von über 27 Millionen Usern gelesen, somit ist die Zeitung im Netz die Nr. 1 der Nachrichtenquellen. Schon jetzt hat sie mehr Nutzer als, eBay, Web.de, GMX und T-Online.

Die Printausgabe bleibt weiterhin ein Reichweitengigant. Die Verbraucher-Analyse verrät, dass die Reichweite aller Zeitungsangebote zusammen genommen,

eine mehrkanalige Reichweite von mindestens 80,6 % erreicht. Egal ob analog, digital oder mobil, eine Gemeinsamkeit haben die verschiedenen Formate der Zeitung, ihren hochwertigen Journalismus. Mehr und mehr Verwendung hat die heute digitalisierte Wissensgesellschaft.

Der Zeitungsjournalismus und seine multiple Nutzung wird auch für Werbung-treibende immer kostbarer. Mehrkanalig beispielbare Premium-Umfelder mit Reichweiten wie zu vordigitalen Zeiten, sind in einer digitalisierten Welt eher rar.

JUGENDLICHE LESEN DIE ZEITUNG VON MORGEN

Gegenüber Jugendlichen verhält sich die Zeitung unverantwortlich. Sie hält sie davon ab, ihre Zeit sinnlos im Internet zu verdaddeln, denn Jugendliche lesen immer häufiger die Zeitung im Internet. Regelmäßig wird die Online-Ausgabe der Zeitung von deutlich mehr als der Hälfte der unter 30-Jährigen gelesen (62,9 Prozent).

Keine Überraschung. Allerdings passt es erstmal überhaupt nicht ins Bild, dass fast die Hälfte der Generation „Digital Natives“ auch die gedruckte Ausgabe konsumiert. Schenkt man den Trendfor-

schern Glauben, so wird das eben noch verzerrte Bild gestochen scharf und man weiß, dass der Megatrend Bildung uns längst voll erfasst hat. In den kommenden Jahrzehnten werden die Themen Bildung und Information unseren Alltag weiter bestimmen und verändern. Das Prinzip Zeitung wird gewinnen, da die zur Verfügung stehende Menge an Informationen täglich größer wird. Journalistische Instanzen, die sie aufbereiten, werden von uns gebraucht. Diese Rolle wird längst durch die Zeitung quer über digitalen und gedruckten Kanäle ausgefüllt. Und die Jugend schnappt das auf.

Ist den jungen Menschen das alles so bewusst, dass sie im zunehmenden Maße Zeitungsangebote nutzen? Schwer zu sagen. Das sichere Gefühl des Zeitungswertes haben sie. Jugendliche machen keinen Unterschied, ob es die Zeitung von heute oder morgen ist.

Wenn man die Jugend ansprechen will muss man nur eines tun. Man sollte in Anbetracht der medieninternen Diskussionen der letzten Jahre einfach nur in die Zeitung gehen. Das ist vollkommen ungewöhnlich, aber einfach nur enorm Effizient.



ZEITUNGS-WORKFLOW

Von der Produktion zur fertigen Zeitung im Briefkasten

REDAKTION

Redakteure sind außer Haus unterwegs und fahren zu Veranstaltungen, Ereignissen oder anderen Lokalen Geschehnissen.

VERTRIEB

Verantwortlich für alle organisatorischen Vorgänge zur Auslieferung der Zeitung.

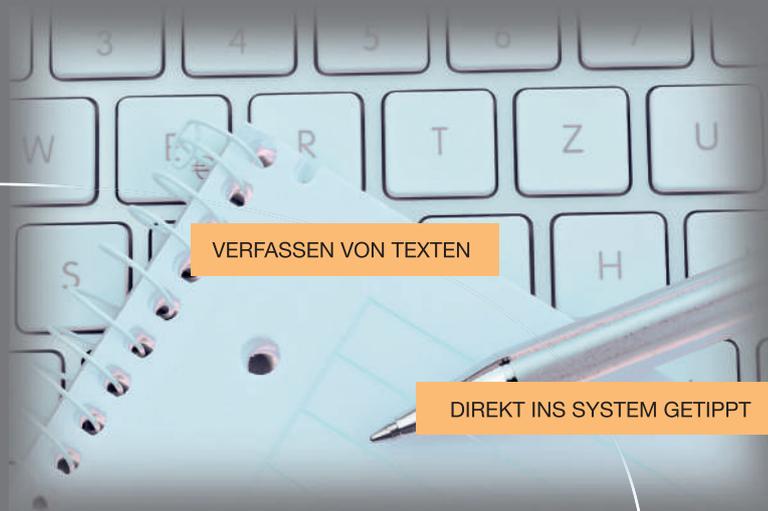
EREIGNIS

KUNDENSERVICE

Familienanzeigen und Kleinanzeigen werden in der Anzeigenabteilung und im Kundenservice angenommen.

ANZEIGEN-AUSSENDIENST

Der Außendienst betreut Kunden und verkauft Anzeigen. Betriebe und Unternehmen können so ihre Anzeige in die Zeitung bringen und Werbung schalten.



BAU DER SEITEN

Die Technik hat die Aufgabe alle Anzeigen, Texte und Bilder so auf eine Seite zu bringen, dass keine großen Lücken entstehen bzw. „weiße Flecken“ auftauchen.

MEDIENGESTALTUNG

Nachdem die Anzeigen aufgenommen wurden, werden sie in die Gestaltung gebracht. Hier wird die Anzeige fertig gestellt. Das bedeutet, dass sie danach noch „gesetzt“ wird.



DIE EDV

Die Seiten werden produziert und direkt zum Druckhaus gesendet. Ansprechpartner für alle technischen Fragen ist die EDV. Diese ist auch für die Pflege unserer Internetseite zuständig,

DRUCKHAUS

Die einzelnen Seiten werden auf Metallplatten gedruckt. Diese Metallplatten dienen dann zum Druck der Gesamtauflage. Das Zeitungspapier ist auf riesige Rollen gewickelt.

DER GESCHÄFTSFÜHRER

hat die Aufgabe fremde oder eigene Geschäfte zu leiten. Das können Geschäfte einer natürlichen Person, einer juristischen Person (z.B. GmbH, e.V.), einer Gesellschaft (z.B. GbR, oHG, KG) oder einer Geschäftsgruppe oder Vermögensmasse (z.B. Stiftung) sein.

DIE BUCHHALTUNG

erledigt alle kaufmännischen Geschäftsvorfälle der J. Grone mann KG. Auch Rechnungstellung, Zahlungsverkehr, Mahnwesen, Reklamationsbearbeitung und Lohn- und Gehaltsbuchhaltung werden hier bearbeitet.

VERSAND DER FERTIG GESTALTETEN ZEITUNG AN

DRUCK DER ZEITUNGEN

PACKEN DER VOLLPAKETE

ZEITUNG IM

VERTEILEN DER ZEITUNGEN

ZEITUNG FEHLT?

ZUSTELLER

Die Zusteller haben Straßenpläne und wissen genau welcher Haushalt, wie viele Zeitungen bekommt.

VERTRIEB

Der Vertrieb kümmert sich um Nachlieferungen und Gutschriften.





... EIN GENIE SEINER ZEIT

„Gutenberg veränderte wirklich die Art, wie wir Wissen teilen und half der Welt, Entdeckungen zu machen, deren Ausmaß ohne das Buch nie möglich gewesen wären.“

BILL GATES

Sein großartigstes Werk ist die 42-zeilige Bibel. Von der Gutenberg-Bibel sind noch 17 auf Papier und sechs auf Pergament gedruckte Exemplare vollständig erhalten.

Der Begriff „Zeitung“ beschrieb ursprünglich kein gedrucktes Medium, sondern eine neue, beliebige Nachricht.

Schon gewusst?

1397 ist Gutenberg in Mainz geboren

1450 Buchdruck entstanden

1605 erste Zeitung erschienen



Wie alles begann ...

Zwischen dem 17. und 18. Jahrhundert bekam der Begriff "Zeitung" die heute bekannte Bedeutung. Johannes Gutenberg machte die Entstehung der Zeitung durch die Erfindung des Buchdrucks möglich. Seine entwickelte Technik machte es möglich, Texte mit Bleiletern zu setzen und somit schnell und immer wieder zu drucken. Die so ermöglichten großen Auflagen, versorgten ganze Städte und Landstriche mit aktuellen Informationen.

Das Handelshaus Fugger in Augsburg veröffentlichte, als erste Vorläufer, die Fuggerzeitungen, welche zwischen 1568 und 1605 aufkamen. Die erste

Zeitung der Welt wurde in Straßburg in deutscher Sprache veröffentlicht, sodass bald weitere Zeitungen aus zahlreichen großen Städten in Deutschland folgten.

Einblattdrucke, mit Holzschnitten dekorierte Zettel, kamen Ende des 15. Jahrhunderts auf. Die Flugschriften, welche sich um fundierte Nachrichten und Objektivität bemühten, etablierten sich ebenfalls. In Leipzig wurde 1650 zum ersten Mal eine Zeitung veröffentlicht, die sechs Mal die Woche erschien. Die älteste noch erscheinende Zeitung der Welt ist die schwedische Zeitung „Post-och Inrikes Tidningar“. Die Zeitungen hatten enorm wichtige Rolle, da Radio und Fernsehen noch nicht

erfunden waren. Sobald diese Medien auf dem Markt waren, erlebte die Zeitung einen Rückgang, da Fernsehen und Radio eine informative Funktion hatten. Ebenso das Internet nahm die Priorität der Zeitung. Aufgrund der „Arisierung“ wurden in der Zeit des Nationalsozialismus weitere bekannte und wichtige Zeitungen verboten.

Viele Zeitungen ergänzen ihre Nachrichten mit ihrer persönlichen Internetpräsenz und lenken so die Aufmerksamkeit auf sich. Trotz allem ist die Zeitung heute noch das beliebteste Medium, wenn es um Informationen in gedruckter Form geht.



J. Gronemann KG

Walsroder Zeitung

Lesen, was gefragt ist. Wissen, was gemeint ist!

Objekte des J. Gronemann Verlags

- Walsroder Zeitung
- Wochenspiegel am Donnerstag
- Wochenspiegel am Sonntag
- Örtliche Telefonbuch
- Veranstaltungskalender „findling“
- ePaper „Walsroder Zeitung“

36 Angestellte, 2 Auszubildende, 120 Zusteller

43.000 WZ-Leser täglich

ca. 11.300 Exemplare pro Tag



Zwischen den Zeilen

Johannes Gronemann gründete am 1. August 1867 die J. Gronemann KG. Damals erschien als Vorgänger der Walsroder Zeitung das Walsroder Wochenblatt, welches zweimal wöchentlich erschien.

1884 starb der Gründer und somit wurde die Zeitung von seiner Frau Elise Gronemann weitergeführt. Im Jahr 1891 wurde die Zeitung amtliches Kreisblatt und bekam ihren Titel „Walsroder Zeitung“. Erstmals viermal wöchentlich erschien die Zeitung im Jahre 1912, mit einer Auflage von 3.000 Exempla-

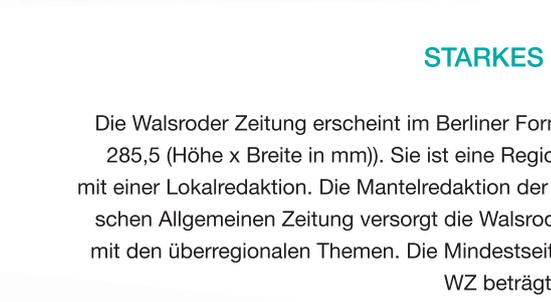
ren. Zur Tageszeitung wurde die WZ schon acht Jahre später. Die Enkelsöhne des Verlagsgründers, Günther und Hans-Hubert Schumacher übernahmen 1928 die Leitung. Erst 40 Jahre später kam es zu einer großen Veränderung an der Verlagsspitze. Maria Muchka und Walter Röhrbein wurden 1968 Verleger der Walsroder Zeitung, nachdem Hans-Hubert Schumacher verstarb. Sohn Martin Röhrbein stieg 1988 in die Verlagsführung mit ein. Maria Muchka übernahm, nach dem Tod Walter Röhrbeins, Übergangsweise das Unternehmen alleine. Die

WZ feierte 1992 ihr 125-jähriges Bestehen. Seit 1994 wird die Walsroder Zeitung in Walsrode gedruckt, denn 1993 gründete der Verlag gemeinsam mit der Kreiszeitung Verlagsgesellschaft Syke, das Druckhaus Walsrode GmbH Co. KG. In dem neuen Zeitungsdruckunternehmen werden, neben der Walsroder Zeitung, drei weitere lokale Tageszeitungen und diverse Anzeigenblätter gedruckt. Im Jahr 2004 starb Maria Muchka nach 36 Jahren an der Verlagsspitze. Das Unternehmen wird seitdem von Martin Röhrbein alleine geführt. Sein Sohn Kai Röhrbein ist Kommanditist und seit April 2012 mit in die Geschäftsleitung eingetreten. Seit 1999 ist die Walsroder Zeitung online. Auf www.wz-net.de findet man auch seit August 2012 das e-Paper. Im Verlag J. Gronemann KG erscheinen neben der Walsroder Zeitung noch zwei Anzeigenzeitungen, der Wochenspiegel am Sonntag und der Wochenspiegel am Donnerstag, ebenso ein Veranstaltungsmagazin, der „findling“.



EIN KLASSIKER.

1867 wurde die J. Gronemann KG gegründet. Die Zeitung hieß zu Beginn "Walsroder Wochenblatt". Diese erschien zweimal wöchentlich. Im Jahre 1891 erhielt die Zeitung den Titel "Walsroder Zeitung".



STARKES PAPIER.

Die Walsroder Zeitung erscheint im Berliner Format (435 x 285,5 (Höhe x Breite in mm)). Sie ist eine Regionalzeitung mit einer Lokalredaktion. Die Mantelredaktion der Hannoverischen Allgemeinen Zeitung versorgt die Walsroder Zeitung mit den überregionalen Themen. Die Mindestseitenzahl der WZ beträgt 24 Seiten.

Walsroder Zeitung
 Artliche Kreiszeitung / Unabhängige Tageszeitung / Nr. 41 / 104. Jahrgang - Ausgabe 1.00 €

So erreichen Sie uns
 Anzeigenredaktion: 0430 300-100
 Telefon: 0430 300-100
 Telefax: 0430 300-100
 E-Mail: anzeige@wz-net.de

Paarkenschlag: Walsroder Parteien wenden sich von Silke Lorenz ab / Seite 3

L 190 wird in zweiter Jahreshälfte saniert
 500.000 Euro für Ortsumgehungsarbeiten

Grünes Licht für die neue Koalition
 Keine einzige Gegenstimme bei SPD und Grünen in Niedersachsen

Gysi gerät in Stasi-Affäre unter Druck

Metaller wollen 3,5 Prozent

Konservativer auf Zypern vorn

Fury im Schlachthaus
 Im World Wide Web zwischen Kalauerfreunde ausging über den Pferdefleischskandal

WZ
 Walsroder Zeitung

IMMER GRIFFBEREIT.

Seit Juni 2012 existiert das WZ-ePaper. Die Zeitung kann auch ausführlich durch Verwendung von Tablets und/oder Smartphones im Internet gelesen werden.



www.wz-net.de



Besuch' die WZ auf Facebook.



