

Neue Mobilität in der lokalen Berichterstattung

So begleitet die Westdeutsche Zeitung den Wandel in Wuppertal

Wer sind wir?

- Die Westdeutsche Zeitung, vormals General-Anzeiger für Elberfeld und Barmen, erscheint seit fast 140 Jahren in Wuppertal
- Die Redaktion für den Lokalteil besteht aus 12 Redakteurinnen und Redakteuren, hinzu kommen ca. 50 freie Mitarbeiter
- Die WZ erreicht mit ihrem Printangebot täglich bis zu 100 000 Leser, digital informiert die WZ mindestens noch einmal dieselbe Einwohnerzahl

Was ist Wuppertal?

- Wuppertal ist eine Großstadt in einer Industrie-Region
- Das Bergische Land ist die Region in NRW, in der die meisten Patente angemeldet werden
- Maschinenbau und Automobilzulieferung sind an die Stelle der Textilindustrie gerückt, die einst den Wohlstand der Region begründete

Was kann Wuppertal?

- Wuppertal und die Region haben in der Vergangenheit bewiesen, Wandel und Veränderung organisieren zu können. Die immensen Arbeitsplatzverluste der 1990er Jahre wurden bis in die jüngere Vergangenheit weitgehend ausgeglichen. Vollständig erholt hat sich die Region allerdings noch nicht.
- Wuppertal ist eine Stadt der Tüftler, Forscher und Ingenieure. Dass Aspirin seine Wurzeln ebenso im Tal hat wie der Staubsauger Kobold und der Thermomix, ist kein Zufall.

Was kann Wuppertal?

- In der Region arbeiten 200 Unternehmen mittelbar oder unmittelbar für die Automobilindustrie, in NRW sind es insgesamt ca. 800
- Kein ein Auto auf der Welt fährt ohne Teile aus dem Bergischen Land, zum Beispiel ohne Isoliermaterial von Coroplast oder ohne Schließsysteme von HuF.
- Dieser Industriezweig ist im Bergischen Land ein bedeutender Arbeitgeber, auch in vielen kleinen, sehr spezialisierten Unternehmen

Was fordert Wuppertal heraus?

- Die Zeit der Verbrennungsmotoren geht ihrem Ende entgegen
- Die Wirtschaftsstrukturen der Region werden sich verändern
- Die Fragen an Stadtentwicklung stellen sich neu
- Der Wettbewerb um Leistungsträger nimmt Fahrt auf

Was heißt das für den Lokaljournalismus?

- Lokalredaktionen müssen auch in der Frage der neuen Mobilität Distanz wahren
- Die ältere Generation sieht das Thema mehrheitlich anders als die jüngere Generation
- Der Verlag lebt auch von den Anzeigen aus dem Umfeld der Automobilindustrie

Was heißt das für die Lokalredaktion?

- Die Redaktion muss peinlich darauf achten, dass Bericht von Meinung getrennt wird
- Die Redaktion wacht darüber, dass Interessen von Werbekunden wie dem Autohandel nicht unbewertet in die Nachrichtenspalten dringt. Das gilt ebenso für die Interessen aller anderen Werbekunden. Dazu zwingen die Regeln des Handwerks und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- Die Redaktion unterstützt beispielsweise Forderungen nach mehr Fahrradwegen mehr ÖPNV, lässt ausdrücklich aber auch jene zu Wort kommen, die anderer Meinung sind. Beispiel: Kaufprämie für Autos

Wer ist die Lokalredaktion

- Die Redaktion besteht aus einem Dutzend Frauen und Männer im Alter von 28 bis 61 Jahren.
- Wie in der Bevölkerung gehen die Meinungen über die Mobilität der Zukunft zum Teil weit auseinander. Entsprechend breit ist der Meinungskorridor zu diesem Thema in der Redaktion.
- Jeder Redakteur, jede Redakteurin ist im Besitz eines Autos