

Es ist später Freitagabend, und im dritten Stock des Redaktionsgebäudes in Düsseldorf-Heerdt geht es noch hektisch zu. Ein Team aus Autoren, Grafikern, Fotografen und Video-Journalisten arbeitet am Feinschliff für die aktuelle Ausgabe von RP Plus, dem digitalen Sonntagsmagazin der Rheinischen Post. Die interaktive Grafik zur Olympiastadt London wird betextet; die 360-Grad-Ansicht der Asservatenkammer des Zolls am Frankfurter Flughafen wird noch einmal überprüft. Und der Kollege aus der Parlamentsredaktion in Berlin bastelt noch an seinem Essay über den Aufstieg der Piratenpartei.

Mit RP Plus brachte die Rheinische Post im Januar 2011 als erstes Medienhaus in Deutschland eine Sonntagszeitung auf das iPad. Entstanden ist ein mittlerweile mehrfach ausgezeichnetes, digitales Magazin mit

Angefangen hatte alles im Frühsommer 2010. Ein kleines Team aus führenden Mitarbeitern von Rheinischer Post und RP Online setzte sich für mehrere Tage auf einem Bauernhof in der Nähe Düsseldorfs zusammen und entwickelte das Konzept für die siebte Ausgabe der Rheinischen Post auf dem iPad. Da der Tabloid-Markt klar von Apple beherrscht wird, wurde auf eine Android-Version zunächst verzichtet. Eine Webversion, die auch an einem PC oder Laptop gelesen werden kann, ist zurzeit in Vorbereitung.

Die Zielsetzung war klar: Ein innovatives Produkt sollte geschaffen, erste Erfahrungen mit Paid Content sollten gesammelt werden. Und natürlich sollten auch neue Zielgruppen über die der Rheinischen Post hinaus angesprochen werden. Zwei Jahre nach der Gründungsphase lässt sich sagen: Die Mischung aus Autorenjournalismus und Multimedia



Carsten Fiedler ist leitender Redakteur der Rheinischen Post und Redaktionsleiter RP Plus.

## Neue Zielgruppen ansprechen

# IMMER WIEDER SONNTAGS

Carsten Fiedler

eigenen Features und einer eigenen Sprache. RP Plus ist kein „digitaler Klon“ der Printausgabe. Die App bietet lange Lesestücke und exklusive Interviews, Bilderstrecken, Videos, spielerisch gestaltete Kolumnen- und Serviceformate, wischbare und antippbare Infografiken. Sie lehnt sich an die Printmarke an, darf aber auch mal frecher, jünger, satirischer sein. Egal ob Texte, 360-Grad-Panoramafotos, Audioslideshows oder Grafiken – alle Inhalte werden eigens für RP Plus produziert, eine Zweitverwertung von Artikeln aus der Rheinischen Post gibt es nicht. Bei Bedarf kann die Redaktion ihre Stücke aktualisieren, selbst wenn der Kunde sich die Ausgabe schon auf sein iPad heruntergeladen hat. RP Plus erscheint jeden Samstag um 14 Uhr. Die wöchentlichen Abrufe liegen, oftmals im Verbund mit dem E-Paper der Rheinischen Post, deutlich im vierstelligen Bereich.

hat Marktpotenzial und macht nicht nur der Redaktion, sondern auch den Usern großen Spaß. Eine Befragung unter 800 Lesern wenige Monate nach dem Start brachte erste Aufschlüsse über die Nutzerschaft von RP Plus: Der Großteil der Leser ist demnach männlich, zwischen 30 und 49 Jahren alt, besitzt eine hohe Formalbildung und weist ein hohes Haushaltsnettoeinkommen auf. Bei 41 Prozent der Befragten handelte es sich um Exklusivleser von RP Plus; alle anderen lasen auch regelmäßig die Rheinische Post.

RP Plus ist ein Wegbereiter der digitalen Zukunft unseres Medienhauses. Die App verbindet das Beste aus den Welten Print und Online: Journalistische Tiefe trifft auf multimediale Aufbereitung. Willkommen in der schönen neuen Lesewelt.