

17.01.2005 - 14:21 Uhr

### 3. Chefrunde: Trendthema Tabloid - Das Kölner Modell für junge Leser

Köln/Frankfurt (ots) -

Verleger Konstantin Neven DuMont, Chefredakteur Franz Sommerfeld und das Team von Kölner Stadt-Anzeiger DIREKT berichten am 10. und 11. Februar in Köln in der 3. MediumMagazin-Chefrunde über erste Erfahrungen mit dem Tabloid für junge Leser. Berichtet und diskutiert wird unter anderem über Planung, Produktion, Vertrieb, Zielgruppenansprache, Teamarbeit und Marketing.

Seit Anfang Oktober 2004 lockt der "Kölner Stadt-Anzeiger" (Verlag DuMont Schauberg) wie auch die "Lausitzer Rundschau" mit "20 Cent" in Cottbus und die "Main-Post" mit "Boulevard Würzburg" junge Leser-Zielgruppen zwischen 20 und 39 Jahren mit einer eigenen Tabloid-Zeitung.

"Kölner Stadt-Anzeiger DIREKT" erscheint im halben Berliner Format täglich außer am Wochenende, umfasst 40 Seiten und bietet eine innovative dreiteilige Blattstruktur. Produziert wird "KStA-DIREKT" von fünf Redakteuren und etwa zehn feste freie Mitarbeiter aus dem Team des Mutterblattes. Dessen Lokalteil basiert auf dem Material des "KStA", die Inhalte der Zeitungsteile Menschen, Leben und Service hingegen werden zu achtzig Prozent selbst produziert.

"Das Tabloid ist ein erster Versuch, aus dem traditionellen Monolith Tageszeitung eine Markenfamilie zu bauen", sagt Franz Sommerfeld. Er hält es für notwendig, das Interesse von jungen Lesern an der Zeitung mit eigenen zielgruppenspezifischen Angeboten zu wecken und zu fördern.

Anmeldung per eMail: [chefrunde@mediummagazin.de](mailto:chefrunde@mediummagazin.de). Die Anzahl der Teilnehmer ist mit 15 begrenzt.

Weitere Infos:

Annette Milz

Chefredakteurin MediumMagazin

Im Uhrig 31

60433 Frankfurt

Tel. +49 69 95 297 944

Fon +49 69 95 297 945

eMail: [annette.milz@mediummagazin.de](mailto:annette.milz@mediummagazin.de)

Internet: [www.mediummagazin.de](http://www.mediummagazin.de)

Pressekontakt:

Annette Milz, Tel. +49 69 95 297 944, Johann Oberauer, Tel. +043 664 2216643