



TYPISCH GRENZECHO

Die Jahre zwischen
1927-2012

Testen Sie das neue GrenzECHO.
Probeabo sichern unter www.grenzecho.net

Für alle,
die es wissen wollen.



INHALTSVERZEICHNIS

Teil 1: Typisch GrenzEcho

- Das Titelbild von David Hagemann zeigt den Druck des GrenzEchos am 23. September 2012 kurz vor Mitternacht. An diesem Abend wurde die Zeitung erstmals im neuen Erscheinungsbild gedruckt.
- Seite 4: Vorworte
Ernst Thommessen, Präsident des Verwaltungsrates der GrenzEcho AG
Bernard Marchant, Delegierter Verwalter Rossel AG
- Seite 6: Im Gespräch mit...
Verleger Alfred Küchenberg und Geschäftsführer Olivier Verdin
- Seite 8: Die Menschen hinter dem GrenzEcho
Der Zeitungsverlag beschäftigt im Jahre 2012 71 Personen.
- Seite 10: Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung?
Die Zeitungsdruckerei ist ein wichtiger Eckpfeiler des Unternehmens.
- Seite 12: 16 Redakteure machen die Zeitung
Die Redaktionsmitglieder stellen sich vor.
- Seite 14: Wenn aus Bäumen gute Seiten werden
Der GEV setzt auf qualitativ ansprechende Bücher
- Seite 16: Zeitungsgeschichte in Abschlussarbeiten
Studenten forschten gern zum Grenz-Echo in der Vorkriegszeit.
- Seite 20: Die Zukunft hat begonnen
Medientechnische Entwicklungen haben das Konsumverhalten drastisch verändert.
- Seite 21: Werbung lädt Produkte emotional auf
Wenn's ans Einkaufen geht, übernimmt das Unterbewusstsein die Kontrolle.
- Seite 22: Im Reich der digital Eingeborenen
Elektronische Medien spielen bei der Freizeitgestaltung eine immer größere Rolle.
- Seite 24: Jobsuche 2.0
Wirksame Online-Profilen werden zu einem wichtigen Werkzeug bei der Arbeitssuche.
- Seite 26: „Wir gründeten unser eigenes Presseorgan“
Das Stadtmagazin „Klenkes“ ist seit fast 40 Jahren fest in der Aachener Presselandschaft verwurzelt.
- Seite 29: Medien-Overkill?
Massenmedien haben sich so dynamisch entwickelt wie kaum ein anderer Gesellschaftsbereich.
- Seite 30: Schrumpfungprozess
Seit der Staatsgründung 1830 sank die Zahl der Tageszeitungen ständig.
- Seite 34: Drei Standardwerke für Eupen-Malmedy
Anerkennung für Klaus Pabst, Heinz Doepgen und Martin R. Schärer
- Seite 36: Das Jahr 1927 und seine Schlagzeilen
Vom Wirtschaftsboom bis zur Atlantiküberquerung

Teil 2: Zeitzeuge GrenzEcho

- Das Titelbild zeigt einen Redakteur Ende der 60er Jahre an einem „Ticker“ der Agentur Belga.
- Seite 3: Minister de Man brachte 1935 das „Ja“ zur Wesertalsperre.
- Seite 9: Fast ein Eklat beim Abschied in Léopoldville
- Seite 10: „Tutti cadaveri“
- Seite 12: Beim Namen „Bollenien“ beginnt heute das Rätseln.
- Seite 15: Weltausstellung ließ Belgien glänzen.
- Seite 16: Hunderte sterben im brennenden Brüsseler Großkaufhaus.
- Seite 17: Das „Walen buiten“ der Löwener Studenten
- Seite 18: Tindemans schmiss hin und ging zum König.
- Seite 20: An Voeren drohte das Land zu zerbrechen.
- Seite 23: Beim Abtreibungsgesetz war Gewissensnot dem König zwingender als die Pflicht.

KLARO Ihr Partner
für alle
Karosseriearbeiten,
mit Garantie.

Anerkannt von den Versicherungen.

Solvaystraße 7
Industriezone II - 4780 St.Vith
Tel. 080/22 15 81 - Fax: 080/22 15 32
www.Klaro.be

**ERSATZFAHRZEUGE kostenlos
für die Dauer der Reparatur.**



1974-1983

EINE LEGENDE IST GEBOREN.



Nach dem legendären Erfolg des Käfers beschließt Volkswagen, beim Ersatz dieses Modells einen radikalen Weg zu gehen. Die Wolfsburger Marke beauftragt deshalb einen sehr jungen Designer, ein innovatives und überraschendes Modell zu entwickeln. Beim dem Designer handelte es sich um den heute berühmten Giorgetto Giugaro. Seine Originalzeichnung mit kubischen Formen erhält sofort die Zustimmung von Volkswagen, und später von Millionen Käufern ... Der Golf 1 ist so erfolgreich, dass er bis 2009 in Südafrika unter dem Namen Citigolf produziert wird.



Wüssten Sie es?

Der Verantwortliche für das Design des neuen Golf ist niemand anders als Walter Da Silva, einer der talentiertesten Designer seiner Generation. Er arbeitete zuerst für SEAT, anschließend für Audi, bevor er für die gesamte Volkswagen-Gruppe verantwortlich wurde.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

  SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG. Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.



**GROßER
QR
CODE
UND WAS
DAHINTER!**

Demetec
mediendesign + networking
www.demetec.net

VORWORT VON ERNST THOMMESSEN, PRÄSIDENT DES VERWALTUNGSRATES

Auf dem eingeschlagenen Kurs mit Mut zum Wandel

Sonderausgaben schon im Fünfjahresrhythmus vermitteln ein packendes Bild der sich rasch wandelnden Gesellschaft. Wer GE-Ausgaben der Vergangenheit zur Hand nimmt, die jeweils eine zurückgelegte Etappe in Erinnerung brachten und eher vorsichtig den Blick in die Medienzukunft wagten, darf schlussfolgern, dass die Heimatzeitung GrenzEcho doch hohe Hürden genommen hat, die sich ihr manchmal urplötzlich in den Weg stellten.

So warfen wir beispielsweise vor 15 Jahren den Blick auf die „Zeitung im Wandel“ und bekannten uns zu dem Ziel, als selbstständiges Zeitungsunternehmen mit bescheidener Größe den uns aufgezwungenen Herausforderungen zu begegnen. Und im 85. Jahr des Bestehens dürfen wir rückblickend bilanzieren, dass wir Gefahren frühzeitig erkannt und uns für neue Wege gerüstet haben. Fast monatlich berichtet auch diese Zeitung von erneut landesweit steigenden Zahlen gescheiterter Unternehmen in allen Sektoren, selbst in jenen, die wir als zukunftsorientiert einordnen. Kleingesellschaften wie Großbetriebe werden in negativen Gesamtdaten erfasst, die wir fast wie selbstverständlich hinnehmen ... und weiterblättern.

Unser Zeitungsverlag hat Grund dazu, nach 85 Jahren mit einem guten Gefühl zu-



rückzublicken. Spannend ist es seit der Gründung im Jahre 1927 immer geblieben. Mit der „ostbelgischen Lösung“ haben wir zweifellos im richtigen Moment entschlossen gehandelt. Doch ist nichts, was wir gemeinsam erfolgreich aufgebaut haben, für die Zukunft gesichert. Dazu genügt es, in

dieser Jubiläumsausgabe einen Blick auf die wechselvolle Geschichte der belgischen Presse zu werfen.

Als Präsident des Verwaltungsrats darf ich dem Gesamtunternehmen und damit jedem in gleich welcher Abteilung Einsatz für Fortbestehen und geschärften Blick für die

Zukunft bestätigen. An der starken Seite der Rossel AG in Brüssel, die sich auf einer höheren Ebene ebenfalls stets neu aufstellen muss, haben wir für die Zeitung die sie tragenden Kräfte gestärkt.

Der Standort in der deutschsprachigen Heimat konnte gesichert werden. Das war in der Vergangenheit nicht selbstverständlich. Die Arbeitsplätze im Verlag und die bleibend starke Wirkung der Tageszeitung innerhalb der Gemeinschaft der Ostbelgier lassen uns auch an die Chancen der kommenden Jahre glauben.

Wir haben uns im Verlag erneut und beherzt zu Neugestaltung und Ausbau bekannt. Neu ist seit einigen Tagen das Bild der Zeitung. Auch überraschend, denn wir müssen uns als Leser umgewöhnen, mit Änderungen anfreunden, die wir so vielleicht nicht erwartet hatten.

Doch lehrt uns der Blick zurück in die Vergangenheit auch hier, dass es richtig ist, sich als Zeitung immer wieder neu zu definieren. Dies umfasst sowohl die Zeitung als auch die elektronischen Medien, in denen wir als GrenzEcho ebenfalls als kritische Beobachter und Anbieter Präsenz zeigen und als selbstständiges Unternehmen bereit sind, zügig zu handeln.

Wir sind mit 85 entschlossen, auf dem Weg zu künftigen Jubiläen den eingeschlagenen Kurs einzuhalten.

VORWORT VON BERNARD MARCHANT, DELEGIERTER VERWALTER ROSSEL AG

Was für spannende Herausforderungen! In welchem komplexem Umfeld!

So würde ich unseren Arbeitsrahmen seit einigen Jahren zusammenfassen.

Die Medienwelt befindet sich im Umbruch. Und sie gehört zu einem Sektor von Aktivitäten, der sich mit der allgemeinen Wirtschaft stark überschneidet, die ihrerseits auch tiefgreifende Änderungen erfährt, die zu Brüchen, Krisen und dem Verlust von Orientierungspunkten führt.

Eine Mediengruppe erfindet sich nicht von Grund auf neu, sie stellt sich in Frage, sieht diese Veränderungen als echte Chance, indem sie auf Bewegung und Hinterfragen setzt. Ihr Ziel besteht darin, sich im Einklang, im Rhythmus des Marktes zu verändern. Dabei stützen wir uns auf unsere Grundfesten: unsere qualitativen Inhalte und unsere Lesergemeinschaften!

Wir sind in erster Linie Operatoren, die auf Informationsinhalte spezialisiert sind. Seit einigen Jahrzehnten hat die geschriebene Presse Probleme, echte Ansätze für Wachstum zu finden.

Das Internet stellt sicher eine einmalige Gelegenheit dar, unsere Inhalte besser in Wert zu setzen. Unsere Pressemarken sind multimedial geworden und haben nie zuvor so viele Menschen erreicht. Aber man muss sich eingestehen,



dass sich auch die Konkurrenz in diesem Umfeld, in dem wir arbeiten, gewandelt hat.

Wenn wir die Herausforderung des Publikums angenommen haben, so müssen wir auch jene der Monetisie-

rung erfolgreich meistern. Wir müssen unser Einnahmemodell neu erfinden, sowohl gegenüber unserer Leserschaft als auch gegenüber den Inserenten. Auf diese Herausforderung sollten wir uns mehr

denn je konzentrieren. Wir müssen unsere Angebote neu verpacken, sie zu nützlichen, einmaligen und leicht zugänglichen Produkten entwickeln. Wir müssen unser Publikum und unsere Leserschaft differenziert betrachten und gleichzeitig den Inserenten einen einheitlichen Kontext bieten.

Vor 125 Jahren gründete Emile Rossel die Zeitung Le Soir, auf der Basis eines für die damalige Zeit innovativen Konzepts: Die Zeitung sollte kostenlos sein und sich über Werbung finanzieren. Die Zeitung war sehr schnell sehr erfolgreich, verbesserte die Qualität ihrer Inhalte, was es ihr ermöglichte, nach einigen Jahren kostenpflichtig zu werden und gleichzeitig ihre Werbedynamik zu entwickeln.

Als Partner des GrenzEchos können wir unsere Erfahrung einbringen und eine gemeinsame Vision der Zukunft teilen.

Das GrenzEcho ist in seiner Region sehr stark verwurzelt. Seine Herausforderungen sind aber die gleichen wie auf nationaler und internationaler Ebene.

In diesem Sinne wünschen wir dem GrenzEcho anlässlich seines 85. Geburtstages noch viel Erfolg und ein langes Leben.

1983-1992 DER GOLF WIRD ZUR IKONE.



Alle erinnern sich an den Golf 2 GTI, den Golf Rallye, die Country-Version, den G60 und natürlich an den GTD. Aufgrund des phänomenalen Verkaufserfolgs des Golf lancieren die Ingenieure und Marketing-Verantwortlichen eine Vielzahl raffiniertester und innovativster Versionen. Vielleicht denken deshalb alle, die einen Golf 2 im Kopf haben, an eine andere Version.



Wüssten Sie es?

Die Konzeption des neuen Golf fügt sich immer in eine Logik der Kontinuität ein. Tatsächlich gehört der Golf heute zu den bekanntesten Designs weltweit.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

  SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG. Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.

Im Gespräch mit ... Verleger Alfred Küchenberg und Geschäftsführer Olivier Verdin

„Internet ist schnell, Zeitung entschleunigt“

Im GrenzEcho-Verlag hat sich in den vergangenen zwölf Monaten viel getan. Die Neugestaltung der Zeitung steht als sichtbares Zeichen für einen tiefgreifenden Veränderungsprozess, dem sich das Medienhaus stellen muss. Im Interview sagen Verleger Alfred Küchenberg und Geschäftsführer Olivier Verdin, wo die Herausforderungen im Internetzeitalter liegen, wie die Zeitung auf die Bedürfnisse der Leser reagieren muss und warum bedrucktes Papier seine Daseinsberechtigung behält.

VON LUTZ BERNHARDT

Herr Küchenberg, ein ehemaliger Mitarbeiter des GrenzEchos schrieb uns anlässlich der Neugestaltung den Satz: „Zeitungsmachen ist heutzutage kein Zuckerschlecken.“ Stimmt das?

Küchenberg: Es ist sicherlich weder Zuckerschlecken noch ein Selbstläufer, denn aufgrund des rasanten Wandels im Mediensektor sind visionäres Handeln und unternehmerischer Mut wirklich unerlässlich. Auch die Neugestaltung einer Zeitung durchzuführen, ist eine wichtige und risikoreiche Aufgabe. Man muss den Trend der Zeit erkennen und ihn richtig treffen. Seit einem Jahr arbeiten wir daran, das Resultat lässt sich sehen. Persönlich bin ich sehr zufrieden und habe viel positive Resonanz aus der Leserschaft.

Verdin: Um sich in der heutigen Medienlandschaft zu behaupten, muss man kämpfen, keine Frage. Die Zeitung ist ein Produkt, das fast immer unter seinem Entstehungspreis verkauft wird, zudem verteilt sich das Werbebudget der Firmen zusehends auf mehrere Medien. Da sind wir gefordert, durch innovative Konzepte und Geschäftsmodelle für viele Rezipienten attraktiv zu bleiben.

Wo lauern die Fallstricke in Ihrem Geschäft?

Küchenberg: Die Fallstricke könnten darin liegen, dass wir mit unserem Flaggschiffprodukt, dem GrenzEcho, auf einem doch begrenzten Markt tätig sind, aber zugleich eine anspruchsvolle Zeitung unseren Lesern und Kunden anbieten müssen. Die möglichen Erlöse stehen nicht immer im gesunden Verhältnis zu den anstehenden Kosten. Hinzu kommt die Internet-Entwicklung, wo viele Inhalte gratis erscheinen. Die Zeitungen müssen ihre Inhalte aufwerten, um Zahlschranken einbauen zu können. Und sie müssen dem veränderten, sprich mobileren Konsumverhalten der Leser, Rechnung tragen. So ist die komplette Zeitung sehr bald auch auf dem iPad zu lesen und zu blättern. Ein enormer Fortschritt, der verständlicherweise auch Einkünfte generieren muss.

Sie sprechen es an: In den vergangenen zwölf Monaten hat sich ja einiges am Eupener Marktplatz getan. Herr Verdin, Sie haben vor rund einem Jahr die neue Aufgabe des operativen Geschäftsführers übernommen. Hatten

Sie einen turbulenten Einstand?

Verdin: Gelingweil haben wir uns mit Sicherheit nicht in der jüngeren Vergangenheit... Neben den tagtäglichen Aufgaben standen ja auch etliche punktuelle Dinge an, wie etwa die Events und Publikationen im Rahmen unseres 85-jährigen Bestehens. Nach außen hin dürften wohl das neue Erscheinungsbild und das neue Logo der Tageszeitung, flankiert von einer breit angelegten Imagekampagne, und die angesprochene App ins Auge fallen. Aber auch intern wurden einige Verantwortlichkeiten neu definiert, unter anderem mit einer Doppelspitze in der Redaktionsleitung. Die Anstrengungen zur Konsolidierung unseres Industriestandbeins GE-Printing sind ein kontinuierlicher, wenn gleich weniger öffentlich wahrnehmbarer Prozess.

Das GrenzEcho hat sich im Laufe seines Bestehens ja immer weiterentwickelt. Inwiefern trägt der aktuelle Schritt besondere Züge?

Küchenberg: In den letzten fünf Jahren sind wir konsequent zu einem Medienhaus geworden, wir müssen unser verlegerisches Portfolio erweitern sowie im digitalen Bereich mehr als präsent sein. Auch geografisch erweitern wir uns durch unsere euregionale Präsenz im Magazin- und Buchbereich. Neue Bereiche sind hinzugekommen, andere

haben wir abgegeben, um uns auf unser Kerngeschäft konzentrieren zu können. Wirtschaftlich ist das nicht immer einfach, aber als wichtiger Arbeitgeber in der Region verstehen wir unsere Rolle als zukunftsorientierter Player zu handeln und zu agieren.

Verdin: Die letzten fünf Jahre sind tatsächlich durch einen tiefgreifenden Wandel gekennzeichnet. Die Tageszeitung ist unser Flaggschiff und wird als Leitmedium weiter-

hin eine äußerst wichtige Rolle spielen. Darüber hinaus gilt es, die Marke GrenzEcho zu pushen, d. h. alle GE-Produkte und GE-Titel zu fördern und dabei unsere Trumpfkarte, sprich den hohen Bekanntheitsgrad und den guten Namen des GrenzEchos, auszuspielen. Wir müssen uns davon lösen, jedes Medium für sich alleine anzuschauen. Das gilt sowohl in kommerzieller als auch in redaktioneller Hinsicht. Erfolgreiche Medien-

häuser sind davon abgekommen, die gedruckte Zeitung als einzig seligmachendes Medium zu betrachten. Im Sinne von Crossmedia wird auch das GrenzEcho kombinierte Geschäftsmodelle zwischen Printprodukten und digitalen Medien weiter fördern.

Durch das neue Layout sollte mehr Struktur und Übersichtlichkeit in die Zeitung. Wollten Sie auch das Image der „alten Dame vom Markt-

platz“ abstreifen?

Verdin: Ich erinnere mich, dass das GrenzEcho schon vor einem Vierteljahrhundert zuweilen als die „alte Dame vom Marktplatz“ bezeichnet wurde. Damals, sprich Ende 1985, als Alfred Küchenberg und Ernst Thommessen das GrenzEcho übernahmen und vor dem Aus retteten, hing die Dame tatsächlich am Tropf. Im Laufe der letzten zweieinhalb Jahrzehnte ist es jedoch gelungen, das Unternehmen



Verleger Alfred Küchenberg (links) und Geschäftsführer Olivier Verdin lenken das Medienhaus GrenzEcho.

Fotos: David Hagemann



Alfred Küchenberg, Redaktionsleiter Lutz Bernhardt und Olivier Verdin (v.l.n.r.) werfen an einem Leitstand der Rotationsdruckerei an der Vervierser Straße einen Blick in die ersten Exemplare des „neuen“ GrenzEchos.

zu konsolidieren und die erforderliche Weichenstellung für die Zukunft vorzunehmen. Somit ist das GrenzEcho heute eine bemerkenswert vitale Dame. Und eine elegante Dame, wie es Zeitungsdesigner Norbert Küpper ausdrückte, der gemeinsam mit der Redaktion den Relaunch unserer Tageszeitung erarbeitet hat. Vor allem wollen wir natürlich fit für die Zukunft sein.

Woher soll diese Fitness kommen? Wo liegen die Stärken der Zeitung?

Verdin: Zu den Stärken der Printzeitung zählen wohl die Qualität, die Glaubwürdigkeit, die Analyse, die Hintergrundberichterstattung. Im Falle des GrenzEchos kommt die starke regionale Verankerung, um nicht zu sagen Verwurzelung hinzu. So sind 87 Prozent unserer Leser Abonnenten - dieser Prozentsatz liegt weit über dem Landesdurchschnitt. Wir müssen also unsere Qualität auf einem hohen Level halten - und dafür Sorge tragen, dass sowohl der Leser als auch der Anzeigenkunde von seiner Zeitung überrascht, ja begeistert wird. Hingucker, Reize für die Sinne, Sonderwerbformen... die Palette ist breit.

Bei der Zeitung werden viele Veränderungen in Gang gesetzt, weil der Leser sie angeblich erwartet. Andere werden verhindert, weil sie den Leser angeblich verärgern. Komischer Typ, dieser Leser. Wer ist das eigentlich - hier in Ostbelgien?

Küchenberg: Wir haben in Ostbelgien wie gerade angesprochen eine sehr hohe Haushaltsabdeckung und verzeichnen mehr als drei Leser pro Zeitung. Das ist beachtlich, und kennzeichnet die Eigenart unserer Zeitung. Quer durch die Gesellschaft geht unsere Leserschaft, horizontal durch alle sozialen Schichten, und vertikal von jung bis alt. Das heißt, dass keine spezielle Gruppe bevorzugt werden kann. Wir müssen alle ansprechen und eine Antwort auf die Bedürfnisse von allen geben können.

Was bedeutet das für die Themensetzung?

Küchenberg: Das bedeutet zum Beispiel, dass wir für eine relativ kleine Zeitung eine vollständige Redaktion benötigen, im Gegensatz zu deutschen Lokalzeitungen, die ihren Mantel mit nationalen und internationalen Nachrichten von einer größeren Zeitung übernehmen. Aus dieser Konstellation heraus ist leicht zu verstehen, dass wir den einen oder anderen Leser hin und wieder verärgern. Andererseits ist da auch der Reiz. Es öffnet den Horizont des Lesers, der nicht mehr der gleiche ist, wie vor dreißig Jahren. Heute sind die Leute besser informiert, haben zum großen Teil eine höhere Kaufkraft, reisen durch die ganze Welt und genießen ihr Pensionsalter. Denen, die mehr zu Hause bleiben, müssen wir Traum und Erlebnis bieten, wobei der lokale Aspekt der Nachrichten der wichtigste bleibt.

Bei all dem gehen Sie beide offenbar davon aus, dass das Medium Regionalzeitung einer sicheren Zukunft entgegensteht. Wie sicher sind Sie sich?

Verdin: Nun, zu diesem Thema sind unzählige Referate gehalten und Beiträge verfasst worden - oftmals mit konträren Schlussfolgerungen. Leider verfüge ich über keine Glaskugel, doch ich bin davon überzeugt, dass es für jede Zeitung,



Nach einjähriger Vorbereitung erschien das GrenzEcho am 24. September erstmals im neuen Layout.

ob klein oder groß, unerlässlich ist, sich dem Konsumverhalten ihrer Leser anzupassen. Gerade die jüngere Generation konsumiert News nicht mehr unbedingt morgens am Frühstückstisch, sondern dank Smartphones und Tablets gleich wo und gleich wann, also müssen wir dem Bedürfnis der mobilen Information gerecht werden, gar keine Frage. Auch die Interaktivität wird immer wichtiger, vor allem die jungen Leser wollen zur Mitwirkung ermutigt werden. Dennoch hat die Printzeitung durchaus noch ihre Daseinsberechtigung, und dies wohl noch eine gewisse Zeit lang, denn schließlich gibt es ja noch zahlreiche print-affine Menschen, die einfach gerne in einer Papierzeitung blättern. Sicher ist aber, dass die gedruckte Zeitung jetzt mehr denn je gefordert ist, zu beweisen, dass sie spezifische Stärken hat und dass innovatives Potenzial in ihr steckt.

Denken wir mal fünf, vielleicht zehn Jahre weiter. Wie sehen Sie speziell die Aufgabe des GrenzEchos? Was muss die Zeitung in Zukunft bieten: Unterhaltung, Bildung, Nachrichten?

Küchenberg: Die Zeitung bringt heute Entschleunigung. Das ist ein interessanter und pointierter Begriff. Internet und Radio bringen Schnelligkeit und Sensation. Die Zeitung verkörpert Unverzichtbarkeit, Zuverlässigkeit, Hintergrund und Meinung. Dazu kommen selbstverständlich Unterhaltung und Service. Es bleibt von großer Bedeutung, dass der Leser sich morgens auf seine Zeitung freut. Aus diesem Grunde ist auch die zuverlässige Zustellung durch die Post so wichtig.

Was bedeutet das für die Inhalte? Was fällt weg, was kommt hinzu?

Küchenberg: Unsere neue Zeitung beantwortet diese Frage ganz klar. Die Gestaltung der „Seite Vier“ dokumentiert das genau. Themen angehen, die nicht unmittelbar aktualitätsgebunden sind und die interessieren und begeistern. Man-

che Nachrichten, die schnell und hochaktuell sein müssen, werden sich mehr und mehr ins Internet verlagern, so wie wir es jetzt schon mit den Fußballresultaten handhaben. Es muss eine crossmediale Komplementarität erfolgen. Einerseits die schnellen Ergebnisse, andererseits die längeren Geschichten und die Hintergründe.

Die Menschen werden sich zunehmend fragen: Ist mein Job sicher? Ist mein Geld noch etwas wert? Wie bleibe ich gesund? Welche Partei kann ich heute noch wählen? Kann eine Regionalzeitung diese komplexen Fragen überhaupt noch beantworten?

Küchenberg: Selbstverständlich muss sich eine Regionalzeitung mit diesen Themen auseinandersetzen. Das gehört zur primären Aufgabe. Das Problem dabei ist, die Recherchen zu machen und die zuverlässigen Quellen zu finden.

Verdin: Als Regionalzeitung müssen wir unsere Stärke in der regionalen Berichterstattung ausspielen, das ist ganz klar. Der Horizont der ostbelgischen Leser hört aber nicht am Garnstock oder hinter Oudler auf. Und, wie gesagt, müssen wir unsere Inhalte in Print und Online zusehends komplementär gestalten. Auch die Redaktion muss sich als äußerst beweglich in ihrer Anpassung an den Vormarsch der digitalen Medien erweisen.

Wie sehen das denn die Redakteure? Stehen sie nicht auch vor einer Veränderung ihres Arbeitsprofils?

Küchenberg: Das Arbeitsprofil des Redakteurs verändert sich beziehungsweise entwickelt sich permanent. Vor 27 Jahren tippte er noch auf seiner Schreibmaschine, heute gestaltet er selbst seine Seite auf dem Bildschirm. Gestern war es mehr Terminjournalismus, heute ist es mehr Recherche und Reportage. Früher ging es nur um die Zeitung, heute müssen die Redakteure crossmedial denken und das Internet mit einbeziehen. Das

muss jeder zuerst verstehen und verinnerlichen. Das ist eine enorme Herausforderung, die es zu bewältigen gilt. Dafür haben wir, unter einer kompetenten Doppelführung, eine gute und engagierte Mannschaft, die sich hervorragend einbringt.

Wie steht das GrenzEcho heute wirtschaftlich da? Lohnt sich das „Zeitungs-machen“ noch?

Küchenberg: In den letzten Jahren haben wir es geschafft, unsere Bilanz zu konsolidieren, dennoch bleibt unsere Gewinn- und Verlustrechnung äußerst knapp. Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen, wobei die Kostenentwicklung schwer im Griff zu halten ist, weil die Einnahmen nicht mehr im gleichen Maße nachziehen. Das kennt auch der BRG. Im Vergleich zu unseren deutschen lokalen Kollegen sind wir bei unseren Leistungen zu günstig. Hier besteht Nachholbedarf, um das finanzielle Gleichgewicht zu halten. **Verdin:** Ich bin fest davon überzeugt, dass wir etliche Trümpfe in der Hand haben, um auch die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Wir haben ein ehrgeiziges, enthusiastisches Team und eine Unternehmensphilosophie, die ihre Reserven sucht. Zudem haben wir mit Rossel einen starken Medienpartner, was gerade vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung im Medienbereich von großer Bedeutung ist. Ich sehe da etliche Synergien und Entwicklungspotenzial.

Einerseits entsteht die Wertschöpfung in der Redaktion bei der täglichen Berichterstattung. Andererseits existieren auch beim GrenzEcho Sparziele - zum Beispiel in Bezug auf den Zeitungsumfang. Wie passt das zusammen?

Küchenberg: Zeitungsumfang ist Formsache und Gestaltung. Es ist nicht die Länge, die die Qualität gewährleistet, meistens ist es das Gegenteil. Gute Inhalte sind unser Maßstab, Papierverbrauch unsere Zwänge.

Wie wird sich das Medienhaus GrenzEcho mittelfristig positionieren? Was wird der Markt von ihm verlangen?

Verdin: Zeitungsumfang treten auf einem Doppelmärkte auf: Sie müssen sowohl eine publizistische Dienstleistung für den Publikumsmarkt als auch eine Werbeleistung für den Inserentenmarkt erbringen. Dies in einem sich rasant entwickelnden Medienumfeld. Ausschlaggebend wird sein, die Bedürfnisse unserer Leser-, Werbe- und Druckkunden richtig einzuschätzen und ihr Vertrauen auch künftig zu verdienen.

Küchenberg: Wir beabsichtigen, konsequent unseren Weg als modernes Medienhaus zu gehen. Die Leute werden weiterhin zuverlässige und unverzichtbare Nachrichten haben wollen. Für manche werden sie bereit sein zu zahlen, für andere nicht. Das müssen wir richtig managen. Da ich nicht mehr voll im Tagesgeschäft involviert bin, besteht meine Rolle darin, im Einklang mit Olivier Verdin die strategischen Linien zu definieren und Impulse zu geben. Mit Olivier Verdin an der Spitze haben wir ein motiviertes Managementteam, das für die Zukunft bestens gerüstet ist. Zur Seite steht ihm ein hochmotiviertes und kompetentes Personal, das unsere hervorragende Unternehmenskultur täglich trägt und lebt.

Versicherungen SCHRÖDER-CORMANN

Annabel Schröder
Dipl. Versicherungsmakler
CBFA 48652 A

Unser Schwerpunkt: Unternehmensversicherungen

✉ Hufengasse 89 · 4700 Eupen
☎ 087/55.79.88 · 📠 087/55.79.88
annabel.schroder@busmail.net

Bedachungen, Gründächer Industriehallen



Eupen · Aachener Straße 64A · 087/74 08 42

Raida Dämmtechnik GmbH
Ihr Spezialist für Einblasdämmung

Der nächste Winter kommt bestimmt.
Dämmen Sie jetzt mit uns Ihr Dach.
Wir beraten Sie gern und freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

isofloc Dämmprofi
Innungsfachbetrieb der Kreisländerverenschaft

Raida Dämmtechnik GmbH
Am Windrad 3
52156 Monschau
Tel. 0049 2472 4030
www.raidat.org, info@raidat.org

Die neueste Rohrlasertechnik...

...optimal auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten!



INDUSTRIEZONE II - STEINERBERG 5 - 4780 ST. VITH
T: 080/29 10 70 - F: 080/29 10 79
INFO@NEWLASER.BE - WWW.NEWLASER.BE

Das GrenzEcho beschäftigt 71 Mitarbeiter

Die Menschen hinter dem GrenzEcho

Das GrenzEcho beschäftigt zu seinem 85. Geburtstag 71 Mitarbeiter. Diese arbeiten an den Standorten in Eupen (Marktplatz und Vervierseer Straße) sowie in der Außenstelle in St.Vith bzw. in der Brüsseler Redaktion. Wie die Menschen hinter dem GrenzEcho aussehen, erfahren Sie auf dieser und auf den nächsten Seiten.



Natascha Houscheid, Sylvie Jousten, Mandy Souren und Sarah Dodt (v.l.n.r.)

Abonnement und Empfang

Der GrenzEcho-Leser, der am Küchentisch, bei der Arbeit oder unterwegs die Tageszeitung liest, ist immer in unserem Fokus. Um die Betreuung der Abonnenten kümmern sich Sylvie Jousten und ihr Team. „Jeder einzelne Leser ist wichtig“, sagt die Leiterin der Abonnement- und Service-Abteilung, die in der Geschäftsstelle am Eupener Marktplatz untergebracht ist. Dabei wird darauf Wert gelegt, den Kunden den bestmöglichen Ser-

vice zu bieten. Hierzu gehört neben einem immer offenen Ohr für die Anliegen der Leser auch die Betreuung der Zeitungsgeschäfte.

Außerdem stehen die Mitarbeiterinnen der Abonnement-Abteilung am Empfang für Fragen, Auskünfte, Anregungen sowie den Verkauf aller GrenzEcho-Produkte zur Verfügung. Kleine, kurze Wege und viel gute Laune, das sind die Erfolgskomponenten des Teams.



Marianne Arimont (Team- und Werbeleitung), Ingrid Herzog (Medienberatung), Melanie Collas (Sekretariat), Isabel Hansen (Fakturierung), Myriam Reuter (Empfangsbürokräft), Nadja Banckaert (Empfangsbürokräft), Ramona Wiesemes-Jacobs (Sekretariat) und Christa Krings-Cremer (Sekretariat, v.l.n.r.).

Foto: Alfons Henkes

Neue Medien

Das Internet ist ein rasantes Medium, das natürlich auch der Betreuung bedarf. Diese wird durch Jérôme Wetzels und Mario Vondegracht gewährleistet. Während sich Jérôme um die Verwaltung der Seite kümmert, füttert Mario als Internetredakteur die Seite mit Neuigkeiten. Mario hält so die User auf www.grenzecho.net stets auf dem Laufenden. Außerdem entwickeln beide gemeinsam die Seite kontinuierlich weiter und sind für das GrenzEcho auch in den sozialen Medien unterwegs. So wird beispielsweise auf Fa-

cebook die Fansseite des GrenzEchos ständig betreut und auf die Wünsche und Kritik der „Follower“ eingegangen. Inzwischen unternahm das GrenzEcho den nächsten Schritt in die digitale Welt: Mit der neuen App für Tablet-Rechner wird das GrenzEcho nun auch auf dem iPad und dem Android-Tablet zu lesen sein. „Wir möchten die Qualitäten der gedruckten Zeitung mit den Vorzügen der Online-Welt vereinen“, macht Ronnie Jorquera, Geschäftsleiter Neue Medien, Appetit aufs mobile Lesevergnügen.



Mario Vondegracht (links) und Jérôme Wetzels



Alexa Blum, Mireille Havenith und Gaby Elsen (v.l.n.r.)

Empfang in St.Vith

Wie in Eupen herrscht auch in der Eifeler Geschäftsstelle immer großer Andrang.

Die GrenzEcho-Verkaufsstelle in St.Vith befindet sich in der Annahmestelle des Kurier Journals in der Hauptstraße

Nummer 89. Das Team betreut die Kunden vom GrenzEcho und beantwortet gerne alle Anfragen. Dort werden ebenfalls alle Bücher des Grenz-Echo Verlags angeboten.



Erika Signon, Deborah Schindler, Brigitte Kever, Katharina Brüls, Daniela Koch, Martha Giovannelli-Taeter und Sandra Dericum (v.l.n.r.)

Satz

Die drei Damen, die diesem Bereich angehören, sind in und für die Redaktion unersetzlich.

Ob Termine, Notdienste, TV

oder alles, was noch auf Papier in der Redaktion landet. Aus der Satzabteilung ist im Laufe der Jahre eine Service-Abteilung geworden.

Personalverwaltung, Buchhaltung, Kostenkontrolle und Qualitätsmanagement

Ein wesentlicher Bestandteil ihres beruflichen Alltags sind Zahlen, Statistiken und Qualität.

Die Rede ist von den Buchhalterinnen Martha Giovannelli-Taeter, Katharina Brüls, Sandra Dericum, Brigitte Kever und Deborah Schindler sowie der Personalverantwortlichen Erika Signon und der QM-Beauftragten Daniela Koch. Sie sorgen dafür, dass alle Grenz-

Echo-Mitarbeiter ihre Löhne und Gehälter pünktlich erhalten und dass die zu verrichtenden Arbeiten stets der selbst auferlegten Qualitätsnorm entsprechen. Das Rechnungswesen, die Bilanzerstellung und das Verbuchen der vielen ein- und ausgehenden Zahlungen liegen in der Verantwortung des Teams um die Verwaltungsverantwortliche Deborah Schindler.



Die sogenannte MAC-Abteilung besteht aus Sven Peters, Ralf Schaus, Carolin Schulzen, Patrick Bettendorff, Abteilungsleiter Roland Van Cauteren, Ingrid Theelen-Haep und dem Auszubildenden Markus Kever (v.l.n.r.).

Grafik-Abteilung

Dass eine Zeitung nicht nur aus der Aneinanderreihung von Buchstaben besteht, ist jedem bekannt.

Sowohl im GrenzEcho als auch in den zahlreichen anderen Produkten des Medienhauses, die von Internetbankern über Buchcover bis hin zum Jugendmagazin GGenerati-

on oder den diversen Motor-, Kunst- oder FußballEchos reichen, sind Anzeigen und Grafiken das A und O.

Wer sich allerdings hinter diesen anschaulichen Bestandteilen der GrenzEcho-Produkte versteckt, ist vielen Lesern der diversen Publikationen nicht bekannt...

Druckvorstufe und IT

Dass die Zeitung aus Papier und Druckerschwärze besteht, weiß jedes Kind. Dass sich die technischen Anforderungen im medialen Zeitalter allerdings stark erhöht haben, wissen die wenigsten.

Zumindest können sie es nicht im gesamten Ausmaß erahnen.

Neben den anderen Abteilungen des GrenzEchos müssen heutzutage vor allem sowohl die Druckvorstufe (be-

stehend aus Olivier Weber, Verantwortlicher Druckvorstufe und beigeordneter Produktionsleiter, sowie Marc Vonhoff) als auch der Satz (siehe Seite 8) und die IT-Abteilung (Fabrice Bongartz und Sylvain Scheen) vieles gleichzeitig und vor allem mit besonderer Akribie leisten.

Für diese Herausforderung ist das GrenzEcho aber mit diesen Kollegen bestens gerüstet.



Olivier Weber, Fabrice Bongartz, Sylvain Scheen und Marc Vonhoff (v.l.n.r.).



Edith Schleck, Erik Solheid, Ursula Fick, Tobias Walpot, Jean-Luc Girretz, Emmanuel Cremer, Gisela Dassy, Jérôme Wetzels, Ronnie Jorquera, David Schmitz und Mario Vondegracht (v.l.n.r.).

Werbung, Marketing und Druckagentur

Ohne Werbung wäre die Zeitung nicht bezahlbar. Deswegen kümmert sich die Werbe- und Marketing-Abteilung mit Verve darum, dass die Tageszeitung, der Onlineauftritt und die weiteren Publikationen des GrenzEcho Verlags, wie etwa die Euregio Guides und das monatlich erscheinende Magazin *Votre Région*, bestmöglich vermarktet werden. „Dass es hier manchmal mitunter stressig werden kann, ist normal, doch herrschen im Haus beste Bedingungen und ein wohlthuendes und spannendes Arbeitsumfeld. Da legt sich der Stress auch schnell wieder“, meint Jean-Luc Girretz, der sich als Anzeigenleiter um die Werbung kümmert.

„Just in time“ lautet auch das oberste Gebot in einem weiteren wesentlichen Aufgabengebiet von Jean-Luc Girretz: Als Geschäftsleiter der GE-Druckagentur wickelt er Druckaufträge im Rotationsdruck internationaler Großkunden ab.

„Der nette und kollegiale Umgang miteinander imponiert mir jeden Tag“, sagt Ronnie Jorquera, seines Zeichens Geschäftsleiter Marketing beim GrenzEcho. Neben seinen Verantwortungsbereichen Marketing und Neue Medien betreut er vor allem auch die nationalen Werbekunden. „Dass wir als relativ kleines Haus so flexibel sind, schätzen die Firmen und Agenturen sehr“, so Jorquera.



Besuchen Sie unser
WOHN Atelier

Öffnungszeiten:
Mo-Fr: 9-12.30 & 14-18 Uhr
Sa: 9-14 Uhr

Herzborn, 6
B-4780 Emmels
T +32(0)80 22 64 13

www.kohnen.be

DE.KO
design & wohnen

Auf Ihre Wünsche kommt es an!

GrenzEcho-Zeitungsdruckerei: Wichtiger Eckpfeiler des Unternehmens

Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung!

Wissen Sie eigentlich, werter Leser, dass Sie gerade für einen Teil der selbsternannten Medienexperten als furchtbar altmodisch gelten? Es ist sehr wahrscheinlich, dass Sie diesen Artikel gerade auf Papier und nicht am PC- oder Handy-Bildschirm lesen.

Sie halten ein Produkt in den Händen, dessen schnellen Tod manche Fachleute bereits seit Langem vorhersagen. Von einer „tiefgreifenden Strukturkrise der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche“ ist die Rede, kürzer und prägnanter von „Zeitungssterben“. Oder von „erdrtschartigen Verschiebungen von den klassischen Printmedien hin zum Internet“.

Und dennoch: Nicht zuletzt durch den kürzlich durchgeführten „Relaunch“ unterstreicht das GrenzEcho seinen Glauben an die gute alte klassische Zeitung. Auch auf ganz „altmodischem“ Papier!

Das Unternehmen GrenzEcho leistet sich unverändert den Luxus einer eigenen Zeitungsdruckerei bzw. es betrachtet diese Druckerei als Profit-Center, das in nicht unerheblichem Maße zum Geschäftsergebnis beiträgt. Am Marktplatz erfolgen die technischen Dienstleistungen der sogenannten „Druckvorstufe“, hier werden Daten empfangen, geprüft, gewandelt, aufbereitet, um auf der Website oder in mobilen Anwendungen digital weiter genutzt zu werden – vor allem jedoch, um an der Vervielfacher Strafe in Form von Druckplatten aus Aluminium belichtet und auf die Zylinder unserer Druckmaschine aufgespannt zu werden.

52 Millionen Zeitungen, Werbeblätter und Prospekte seit Anfang des Jahres hergestellt

Viel „schwere Technik“ in Form von Stahl und Eisen steht in unserer Druckerei. Ein älterer Maschinenteil aus dem Jahr 1997, ein neuerer mit Baujahr 2005 – acht Y-Druckwerke auf der einen Seite, drei 8er-Drucktürme auf der anderen, jeweils mit einem Falzapparat. Dazu leistungsfähige Versandraumtechnik mit Einlegetrommel und Schneideanlage. Natürlich ist unsere Druckerei im Vergleich zu den Druckzentren der großen überregionalen Zeitungshäuser

eine vergleichsweise kleine Produktionsstätte. Und dennoch: 52 Millionen Zeitungen, Werbeblätter und Prospekte haben die derzeit 15 Kollegen der Abteilungen Rotation und Versand auf unseren Druckmaschinen seit Anfang des Jahres hergestellt. Rund 2.300 Tonnen Papier wurden dafür verbraucht, das entspricht rund hundert LKW-Ladungen. Die Zeitung soll tot sein? Es lebe die Zeitung!

Das Drucken galt zu Gutenbergs Zeiten als Kunst. Heute ist es längst zu einer Industrie geworden. Sogar auf einer relativ kleinen Zeitungsdruckmaschine wie der unseren liegen die produzierten Stückzahlen je nach Auflage zwischen 30.000 und 70.000 Exemplaren pro Stunde. Bis zu 40 Seiten im sogenannten „Berliner Zeitungsformat“ – vierfarbig bedruckt, gefalzt, geschnitten, bei Bedarf geleimt und abholbereit für die Post oder einen Verteilerdienst gebündelt und gestapelt.

Zwischen 30.000 und 70.000 Exemplaren werden pro Stunde gedruckt.

Dass diese eindrucksvollen Zahlen nicht auf dem kleinen ostbelgischen Markt allein erzielt werden können, versteht sich von selbst. Die Tageszeitung GrenzEcho sowie die hiesigen Wochenzeitungen „Wochenpiegel“ und „Kurier-Journal“ sind wichtige, aber längst nicht die einzigen Eckpfeiler unserer Drucktätigkeit.

Ein knappes Dutzend Wochenzeitungen für die angrenzende Wallonie, für Niederländisch-Limburg, für das deutsche Grenzland, für einige flämische Gebiete und sogar für Nordfrankreich bilden einen weiteren wichtigen Schwerpunkt.

Und der Zeitungsdruck ist auch für kommerzielle Kunden, die Werbeprospekte in großer Stückzahl herstellen lassen, immer mehr eine preislich und ökologisch interessante Alternative zu den aufwendigen Hochglanzfoltern.

So kommt es, dass auf den Lieferscheinen und Palettenkarten von „GrenzEcho-Printing“ nicht nur Eupen oder St.Vith steht, sondern auch Colmar, Aalst, Kerkrade, Saarbrücken oder Bielefeld.



Geschäftsleiter Marc Komoth (vorne links) und sein Team von Rotation und Versand.

Foto: David Hagemann

1991-1997

DIE ABSOLUTE REFERENZ.



Die Form des Golf 3 führte zu Beginn zu zahlreichen Schlagzeilen. Einige fanden die Form skandalös, andere waren voller Bewunderung für die revolutionären Linien. Die Zeit sollte schnell die wenigen Kritiker seines Designs verstummen lassen. Tatsächlich war der Golf 3 mit Sicherheit das am öftesten kopierte Auto der 90er Jahre. Wenn die Bon Jovi oder Rolling Stones Sonderserien in unserem Land sehr erfolgreich waren, tragen Automobilfans die VR6-Version mit ihrem 6-Zylinder-Reihenmotor für immer in ihrem Herzen.



Wüssten Sie es?

Auch den neuen Golf wird es in zahlreichen Varianten geben, die in den kommenden Monaten vorgestellt werden.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

 **Dieseleren**  **SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG.** Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.

Sie machen Ihre Zeitung

16 Redakteure im Einsatz

16 Journalisten sind in der Redaktion des GrenzEchos beschäftigt. Täglich sammeln sie in den verschiedenen Ressorts die Informationen und arbeiten diese auf. Unterstützt werden sie von Dutzenden freien Mitarbeitern und den Fotografen David Hagemann, Helmut Thönissen und Ralf Schaus.

Lutz Bernhardt

Lutz Bernhardt, geboren am 10. Januar 1974 in Aachen, studierte Forstwissenschaften in Göttingen. Zur Grenz-Echo-Redaktion ist er erst im Juni dieses Jahres gestoßen. Sein Aufgabenbereich ist die strategische Weiterentwicklung der Tageszeitung. Gleichzeitig arbeitet er als Redaktionsleiter beim Klenkes, dem Aachener Stadtmagazin - auch eine GrenzEcho-Tochter.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war Geprägt haben mich viele Begegnungen mit Menschen. Besonders waren ein langes Interview mit einer Prostituierten, ein Besuch bei einem verurteilten Kriegsverbrecher im Knast und ein Frühstück mit einem Journalisten aus Sri Lanka, der sich im früheren Böll-Wohnhaus in der Eifel verstecken musste.

Ich kann lachen über Pierre Richard und Peter Sellers. **Als Kind wollte ich sein wie** unser Nachbar Norbert. Der war immer monatelang mit einem Jeep unterwegs und kam stinkend aus exotischen Ländern zurück.

Ich bin Journalist geworden, weil ich Geschichten erzählen wollte. Deswegen war ich auch jahrelang Reporter.

Ich trinke am liebsten ... am häufigsten: Kaffee und stilles Wasser.

Mein Wunschinterviewpartner ist im Moment? Wenn ich sie zur Ehrlichkeit zwingen könnte: Woody Allen, Angela Merkel, Josef Ackermann.



Lutz Bernhardt (links) und Heinz Gensterblum

Heinz Gensterblum

Heinz Gensterblum veröffentlichte seinen ersten Artikel am 25. März 1989 im GrenzEcho. Seit 1996 gehört er der Redaktion an und war seitdem in den Ressorts Eupener Land und Sport aktiv. Seit Juni 2012 leitet er mit Lutz Bernhardt die Redaktion. Der 41-jährige Eupener lebt mit seiner Frau und den zwei Töchtern (7 und 5 Jahre) in seiner Heimatstadt.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die Teilnahme an den Beerdigungen der Dutroux-Opfer Julie und Melissa sowie An und Eefje und die Berichterstattung von der Fußball-WM 1998 in Frankreich.

Ich kann lachen über Harald Schmidt und Cartoons von Martin Perscheid.

Als Kind wollte ich sein wie Bayern-Stürmer Karl-Heinz Rummenigge. Endstation war für mich aber der FC Eupen.

Ich bin Journalist geworden, weil Verleger Alfred Küchenberg ein entsprechendes Angebot gemacht hat und mich somit einen Kindheitstraum erfüllen ließ.

Meine drei Lieblingssongs sind „Schönheit der Chance“ (Tomte), „The Whole of the Moon“ (The Waterboys) und „Born to run“ (Bruce Springsteen).

Ich trinke am liebsten Wein - bei Farbe und Rebsorte bin ich absolut flexibel.

Mein Wunschinterviewpartner hat wahrscheinlich ohnehin keine Zeit für mich.

Carine Heinen und Brigitte Czaja

Carine Heinen-Beckers (links) und Brigitte Czaja unterstützen die Redaktion. Die Erste ist als Sekretärin und Archivarin in vielen Fällen erste Ansprechpartnerin für die Leser, die mit der Redaktion in Kontakt treten. Die Zweite betreut den Tipp des Tages, die Kulturseite am Freitag und nimmt verschiedene Aufgaben im Internetangebot wahr.



Boris Cremer



Boris Cremer möchte gerne Silvio Berlusconi interviewen.

Boris Cremer, geboren am 13. Oktober 1981, ist verheiratet und Vater von zwei Söhnen, Maris (3) und Kolja (1). Nach seinem Studium der Politikwissenschaft begann er seine journalistische Laufbahn beim Belgischen Rundfunk (BRF). Seit 2007 arbeitet er für das GrenzEcho im Ressort Politik & Gesellschaft.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis lässt mich noch auf sich warten (oder blieb unbemerkt).

Ich kann lachen über Kurt Krömer und meine Söhne.

Als Kind wollte ich sein wie der Kinderbuchautor Michael Ende und Nationalortwart Michel Preud'homme. Hat beides nicht hingehauen.

Ich bin Journalist geworden, weil ich nie etwas anderes gemacht habe. Meine ersten „Zeitungen“ tippte ich mit acht Jahren auf der Schreibmaschine. Alternative Berufsziele (Handwerker, Geschäftsmann, Ingenieur,...) schieden wegen völliger Talentfreiheit frühzeitig aus.

Meine drei Lieblingssongs sind „Bochum“ (Herbert Grönemeyer), die russische Nationalhymne, „Somebody that I used to know“ (Gotye).

Ich trinke am liebsten Single Malt Whisky **Mein Wunschinterviewpartner ist** Silvio Berlusconi.

Nathalie Wimmer



Nathalie Wimmer lacht über ungewollte Komik und spontanen Witz.

Nathalie Wimmer, geboren am 16. Februar 1979, stammt aus Herbesthal, lebt aber mittlerweile mit ihren beiden Männern (Jean-Paul 33, Matthis 2) in Hergenrath. Erste Zeitungsluft schnupperte sie ab 2009 in der Politik- und Lokalredaktion des GrenzEchos. Jetzt ist sie für das Reportagen-Ressort im Einsatz.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die Erkenntnis zu Beginn meiner journalistischen Laufbahn, wie viel Arbeit in der Produktion einer Tageszeitung steckt.

Ich kann lachen über ungewollte Komik und spontanen Witz.

Als Kind wollte ich sein wie die weibliche Variante einer Mischung aus Robin Hood und Henry Morton Stanley.

Ich bin Journalistin geworden, weil ich gerne schreibe. Außerdem ist der Beruf abwechslungsreich und informativ.

Meine drei Lieblingssongs sind mir entfallen. Ich kann mir nur schwer Liedernamen merken. Generell stehe ich auf ruhige Melodien.

Ich trinke am liebsten in Gesellschaft. Nie Bier, eher Wein, noch lieber White Russian.

Mein Wunschinterviewpartner ist Albert Einstein - dürfte aber schwierig werden. Als zweite Wahl setze ich auf Martin Suter.

Christian Schmitz



Christian Schmitz (links) im Gespräch mit Martin Schulz.

Christian Schmitz, geboren am 24. Oktober 1978 in St.Vith, ist glücklich liiert und lebt in Wirtzfeld. Seit 2003 arbeitet er für das GrenzEcho, zunächst als freier Mitarbeiter, ab 2005 als Redakteur. Nachdem er zu Beginn für den Sport zuständig war, wechselte er später ins Ressort Politik. Zwischendurch war und ist er auch für die Lokalredaktion Eifel-Ardennen tätig.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die Gemeinschaftswahlen im Jahr 2009, weil ich viel Freude und große Trauer hautnah miterlebt habe...

Ich kann lachen über den Humor meiner Lebensgefährtin Anja.

Als Kind wollte ich sein wie Michael Knight (aus der US-Serie „Knight Rider“) und wie der Zauberer Rumburak (aus der tschechischen Serie „Die Märchenbraut“)

Ich bin Journalist geworden, weil ich gerne neue Menschen kennenlerne und es in diesem Beruf niemals langweilig wird.

Meine drei Lieblingssongs sind „Three Lions“ (The Lightning Seeds), „Königsblauer So4“ (The Florians) und „Die Internationale“.

Ich trinke am liebsten Hoegaarden.

Mein Wunschinterviewpartner ist Humphrey Bogart, aber leider ist die US-Schauspieler schon viel zu früh - vor über 50 Jahren - gestorben.

Ulrike Mockel



Ulrike Mockel ist seit 1984 Mitglied der GE-Redaktion.

Ulrike Mockel, geboren am 11. Juni 1961, verheiratet, Mutter zweier Töchter (12 und 9), ist Eupenerin und mit Leib und Seele Unterstädterin. Der GrenzEcho-Redaktion gehört sie seit 1984 an, zunächst in der Lokalredaktion Eupener Land/Euregio. Seit 2009 ist sie als Halbtagskraft für die internationalen Seiten (Aus aller Welt, Wirtschaft, Medien/Kultur) zuständig.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war 1995 eine Zugreise mit 60 jungen Europäern aus elf Ländern anlässlich des 50. Jahrestages der Befreiung der Konzentrationslager und des Endes des Zweiten Weltkriegs. Der „Dialog auf Schienen“ führte von Warschau nach Brüssel, wobei die KZ-Besuche bis heute in Erinnerung geblieben sind.

Ich kann lachen über blöde Sprüche.

Als Kind wollte ich sein wie „Little Joe“.

Ich bin Journalistin geworden, weil ich gerne schreibe, gerne unterwegs bin und gerne Leute treffe.

Meine drei Lieblingssongs sind: „Beds Are Burning“ (Midnight Oil), „No Woman No Cry“ (Bob Marley), „Hard To Say I'm Sorry“ (Chicago).

Ich trinke am liebsten Weißwein in gemütlicher Runde.

Mein Wunschinterviewpartner ist Königin Fabiola.

Gerd Zeimers



Gerd Zeimers (rechts) traf Pierre Kroll zum Interview.

Gerd Zeimers, geboren am 31. August 1964 in St.Vith, ist seit 18 Jahren verheiratet, Vater einer Tochter (17) und lebt in Malmedy. Seit 1987 arbeitet er für das GrenzEcho, zunächst als freier Mitarbeiter, ab 1990 als Redakteur im Ressort Politik und seit Mai 2006 als ständiger Korrespondent in Brüssel. 2013 zieht er mit seiner Familie in die Hauptstadt.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war mein Einsatz als Reporter im vom Bürgerkrieg zerrissenen Somalia im Jahr 1993. Ich war eine knappe Woche lang mit einer Einheit der belgischen Armee im südsomalischen Kismayo (am Äquator) stationiert.

Ich kann lachen über die unschuldige Komik meiner Tochter, über tiefschwarzen Humor aus Großbritannien (Monty Python), über Loriot und Kroll.

Als Kind wollte ich sein wie deutsche Showmaster im Stile eines Wim Thoelke, Hans Rosenthal oder Rudi Carrell.

Ich bin Journalist geworden, weil es der schönste Beruf der Welt ist. Ich bin von Natur aus neugierig, interessiere mich für alle möglichen Sachverhalte und schreibe gerne. Als Korrespondent in Brüssel lerne ich täglich neue Menschen und Lebenswelten kennen, komme manchmal an Orte, die nicht für jedermann bestimmt sind, und darf über all dies berichten.

Meine drei Lieblingssongs sind von Muse (gleich welche) – zumindest im Augenblick. Ewig halten sich bei mir „Child in time“ von Deep Purple, „November Rain“ von Guns n' Roses und „Bohemian Rhapsody“ von Queen.

Ich trinke am liebsten blondes Starkbier aus Belgien.

Mein Wunschinterviewpartner ist ein Politiker, der mir ehrlich antwortet.

Patrick Bildstein



Patrick Bildstein würde gerne mit Bob Dylan sprechen.

Patrick Bildstein, geboren am 6. Juli 1972 in Aachen, ist Vater eines Sohnes (Tom/13) und lebt in Eupen. Seit 1999 arbeitet er als Journalist für das GrenzEcho. Vor seiner Anstellung war er freier Mitarbeiter der Redaktion. Momentan ist er Teil des Sportressorts.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die Bekanntschaft meiner Freundin.

Ich kann lachen über Leute, die das Leben und sich nicht zu ernst nehmen.

Als Kind wollte ich sein wie Pierre Littbarski.

Ich bin Journalist geworden, weil mein Vater am Frühstückstisch immer Zeitung gelesen und er mich irgendwie damit angesteckt hat.

Meine drei Lieblingssongs sind „Jeremy“ von Pearl Jam, „Suds & Soda“ von dEUS, „Where is my mind?“ von Pixies.

Ich trinke am liebsten 0,33.

Mein Wunschinterviewpartner ist Bob Dylan.

Jürgen Heck



Jürgen Heck packt an: Hier auf der Baustelle Innenstadt.

Jürgen Heck, geboren am 11. Juli 1957 in Eupen, lebt in festen Händen in Eupen und ist Vater eines Sohnes (22) sowie einer Tochter (21). Nachdem er 1977 ein mehrwöchiges Praktikum in der GrenzEcho-Redaktion absolvierte, gehört er inzwischen im 25. Jahr hauptamtlich der Redaktion an und ist inzwischen der dienstälteste vollzeitbeschäftigte Journalist des Hauses. Abgesehen von Eifel-Ardennen hat er in allen Ressorts gearbeitet, seit 2009 für die Rubriken Eupener Land, An Göhl und Iter sowie Euregio.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die aktuelle Berichterstattung über den 11. September 2001.

Ich kann lachen über meine eigene Tollpatschigkeit, Versprecher und Situationskomik.

Als Kind wollte ich sein wie Professor Bernard Grzimek, dessen Tiersendungen für mich damals das Nonplusultra waren.

Ich bin Journalist geworden, weil mich der Umgang mit Sprache und Informationen reizt.

Meine drei Lieblingssongs sind „Smoke on the water“ (Deep Purple), „Denn wenn et Trömmelche geht“ (Höhner), „Kristallnaach“ (BAP).

Ich trinke am liebsten Eupener Bier, Rotwein und Aperol Spritz.

Einen Wunschinterviewpartner habe ich derzeit nicht.

Petra Förster



Petra Förster wollte als Kind wie die „Großen“ aus dem nächsten Jahrgang sein.

Petra Förster, geboren am 15. April 1970, ist verheiratet und hat zwei Töchter im Alter von sieben und fünf Jahren. Sie arbeitet seit 1992 für das GrenzEcho, zunächst als freie Mitarbeiterin, seit 1998 als Redakteurin in den beiden Lokalressorts „Eupener Land“ und „Eifel/Ardennen“. Mit ihrer Familie lebt sie in Eupen.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war eine Begegnung mit einer krebserkrankten Frau aus Kelmis, die in Vorträgen und Interviews anderen Mut machen möchte und ihrem bevorstehenden Tod positiv begegnet.

Ich kann lachen über den skurrilen Humor in der Kohlhaas-Inszenierung des Agora-Theaters.

Als Kind wollte ich sein wie die „Großen“ aus dem nächsten Jahrgang, die schon länger aufbleiben und später länger ausgehen durften.

Ich bin Journalistin geworden, weil es kaum einen anderen Beruf gibt, in dem man sich mit so vielen verschiedenen Themen beschäftigen kann.

Meine drei Lieblingssongs sind „Yellow“ von Coldplay, viele von Kettcar, vor allem „Deiche“, und „Valerie“ von Amy Winehouse

Ich trinke am liebsten Aperol Spritz oder Weißwein.

Mein Wunschinterviewpartner ist John Irving.

Werner Keutgen



Werner Keutgen singt gerne Kölsche Lieder.

Werner Keutgen, geboren am 19. Januar 1956 in Eupen, ist Vater einer Tochter (Lisa, 17) und eines Sohns (Jan, 15). Er ist »bekenntener Ketteniser«, lebt aber seit drei Jahrzehnten in Eupen. Seit 1980 als Lokalredakteur (Eupener Land/An Göhl und Iter/Euregio) im Dienste des GrenzEcho. Auch betreut er die Gerichtsberichterstattung seit Einsetzung des eigenen Gerichtsbezirks für Ostbelgien.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war eine Privataudienz bei Papst Johannes Paul II. im Juli 1988 in dessen Bibliothek im Vatikan. Ich war Mitglied einer kleinen Delegation des nationalen Katholischen Journalistenverbandes. Der Papst nahm sich viel Zeit für uns. Auf Anheiß wusste er Ostbelgien einzuordnen und unterhielt sich mit mir auf Deutsch.

Ich kann lachen über Situationskomik, gutes Kabarett und über mich selbst.

Als Kind wollte ich sein wie Eberhard Schöler, der damals beste deutsche Tischtennispieler und Vize-Weltmeister 1969.

Ich bin Journalist geworden, weil das GE 1979 eine entsprechende Stelle ausgeschrieben hatte und meine Bewerbung positiv beantwortete.

Meine drei Lieblingssongs sind „Hey Kölle, du ming Stadt am Rhing“ (Höhner), „Blaue Funken-Marsch“, „Da streiten sich die Leut' herum“ (Conradin Kreutzer 1780-1849).

Ich trinke am liebsten im Freundeskreis.

Mein Wunschinterviewpartner ist der Mann auf der Straße mit seinen besonderen Anliegen.

Arno Colaris



Arno Colaris erinnert sich besonders gerne an die Fußball-WM 2006.

Arno Colaris, geboren am 14. Februar 1970 in St. Vith, ist verheiratet, Vater von zwei Söhnen (12 und 7 Jahre alt) und lebt in Bütgenbach. Seit 1990 arbeitet er für das GrenzEcho, zunächst als freier Mitarbeiter, ab 1997 als Redakteur zunächst in den Ressorts Politik und Lokales, während fünf Jahren in der Sportredaktion und seit August 2006 in der Lokalredaktion Eifel/Ardennen.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war die Fußball-WM 2006 in Deutschland.

Ich kann lachen über alte französische Filmkomödien.

Als Kind wollte ich sein wie ich selbst (Vorbilder waren mir immer fremd).

Ich bin Journalist geworden, weil man als Journalist immer nah am Geschehen dran ist, die Tage oft spannend und abwechslungsreich sind.

Meine drei Lieblingssongs sind „Highway to Hell“ (AC/DC), „Through the Barricades“ (Spandau Ballet), „Smoke on the Water“ (Deep Purple).

Ich trinke am liebsten Bier.

Mein Wunschinterviewpartner ist Tommy Chiragarhula.

Cynthia Lemaire



Cynthia Lemaire, ein Kind der Unterstadt

Cynthia Lemaire, geboren am 12. September 1982, war bereits als Jugendliche freie Mitarbeiterin des GrenzEcho. Sie studierte Geschichte an der Universität Lüttich. Nach einem Exkurs als Sekundarschullehrerin wurde die Unterstädterin 2009 GrenzEcho-Redakteurin.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war mein erster Assisenprozess gegen den Hombourger Axtmörder Bruno Werner.

Ich kann lachen über Jürgen von der Lippe und Loriot.

Als Kind wollte ich sein wie Pippi Langstrumpf.

Ich bin Journalistin geworden, weil ich neugierig bin und Zusammenhänge verstehen will.

Meine drei Lieblingssongs sind „Inner smile“ von Texas, „Sittin' on the dock of the bay“ von Otis Redding, „My baby just cares for me“ von Nina Simone.

Ich trinke am liebsten Schuss.

Mein Wunschinterviewpartner ist Romy Schneider, wenn sie noch leben würde.

Herbert Simon



Herbert Simon fotografiert auch leidenschaftlich gerne.

Herbert Simon, geboren am 12. April 1953 in St. Vith, wohnhaft in Weywertz. Arbeitet seit Dezember 1976 für das GrenzEcho, Ressort Eifel-Ardennen und Zulieferer für die Sportredaktion (Motorsport).

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war: Haften geblieben von den unzähligen Erlebnissen sind u.a. eine einwöchige USA-Reise unter dem Motto „Belgium today“ (dabei musste die belgische Ministerriege wegen einer akuten Regierungskrise vorzeitig abreisen!), eine Reportage nach einer Testwoche auf der Nordschleife des Nürburgrings, eine Reportage vom größten Rennen der Welt (500 Meilen Indianapolis/USA), ein Arbeitstag im Ford-Montagewerk in Genk, ein glimpflich verlaufener Unfall bei einer Reportage über den missglückten Aufbau einer Behelfsbrücke am Ausstellungsgelände in Malmedy, wo ich beinahe von einer Eisenstange erschlagen worden wäre...

Ich kann lachen über all die Blüten in den Internet-Foren.

Als Kind wollte ich sein wie Eddy Merckx oder Jacky Ickx.

Ich bin Journalist geworden, weil ich schon immer gerne schreiben und Neues entdecken mochte.

Meine drei Lieblingssongs sind „Crazy“ (Alanis Morissette), „Slow It Down“ (Amy Macdonald), und „Who Wants To Live Forever“ (Queen).

Ich trinke am liebsten Scotch.

Mein Wunschinterviewpartner ist Arnold Schwarzenegger.

Martin Klever



Martin Klever traf in diesem Jahr den Dalai Lama.

Martin Klever (30) arbeitete während der Studienzeit zunächst als freier Mitarbeiter für das GrenzEcho, ehe er vor einem halben Jahrzehnt als Redakteur bei der Zeitung einstieg. Seitdem hat er nahezu alle Teilressorts durchlaufen. Aktueller Aufenthaltsort: das Eupener Land.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis war das Treffen des Dalai Lama.

Ich kann lachen über wenig, aber dann auch richtig.

Als Kind wollte ich sein wie zum Glück habe ich mir hierüber nie Gedanken gemacht.

Ich bin Journalist geworden, weil ich eines Tages einen Anruf des Chefredakteurs erhielt.

Meine drei Lieblingssongs sind „Battle of who could Care less“ (Ben Folds Five), „Caboose“ (Snapcase), „Man in the Mirror“ (Michael Jackson).

Ich trinke am liebsten alles tagesform- und zeitabhängig.

Mein Wunschinterviewpartner ist seit Jahren Lukas Podolski.

Thomas Evers



Thomas Evers schwimmt stromaufwärts, interessiert sich aber auch für Radsport.

Thomas Evers, geboren am 29. September 1977 in Koblenz, aufgewachsen in Raeren und seit fünf Jahren wohnhaft in Eupen. Seit 1999 arbeitet er im GrenzEcho, zunächst als freier Mitarbeiter im Ressort Eupener Land, nach seiner Anstellung im Januar 2005 als „Springer“ eingesetzt. Seit Sommer 2006 Sportredakteur, seit September 2009 schreibt er die Kolumne „Stromaufwärts“.

Mein einprägendstes berufliches Erlebnis waren die Reaktionen nach einer Kolumne über das Freizeitverhalten mancher Eifler, auf deren Veröffentlichung wochenlang Leserbriefe, sogar eine Stellungnahme eines Bürgermeisters sowie die Gründung einer Facebook-Gruppe folgten und mehrere in privaten Mails geäußerte freundliche Ratschläge den Autor erreichten.

Ich kann lachen über Harald Schmidt, der leider im PayTV versteckt wird. Und gute Bücher, bei denen man nicht nur lachen, sondern im Bedarfsfall auch weinen kann.

Als Kind wollte ich sein wie ich. Als Feuerwehrmann oder Lokomotivführer sah ich mich nie, zum Sportprofi fehlte es an Talent. Später vielleicht eine Mischung aus Charles Bukowski und Hunter S. Thompson.

Ich bin Journalist geworden, weil ich sonst dem Sozialstaat auf der Tasche ließen würde. Stattdessen genieße ich freien Eintritt bei Sportveranstaltungen und Konzerten.

Meine drei Lieblingssongs sind „Het Wilhelmus“ (nach dem WM-Finale 2014 in Rio), „Willkommen in Ostbelgien“ von Patrick und den ostbelgischen Zipfelbuben, „Ich verabscheue euch wegen eurer Kleinkunst zutiefst“ von Tocotronic.

Ich trinke am liebsten Kamillentee und Wasser.

Meine Wunschinterviewpartner sind Joel und Ethan Coen.

Verlag: Der GEV setzt auf qualitativ ansprechende Bücher

Wenn aus Bäumen gute Seiten werden

VON GUIDO BERTEMES

Das hätte der Tuchkaufmann Ackens sich nicht träumen lassen: In dem im 18. Jahrhundert erbauten Patrizierhaus am Eupener Marktplatz wird seit nunmehr fast 25 Jahren intensiv über Buchinhalte debattiert. Früher Tuchmanufaktur, heute Verlagshaus mit einem eigenen Buchverlag: GEV (GrenzEcho Verlag). Und dieser Buchverlag kann von sich behaupten, dass er den Takt in der Euregio Maas-Rhein an gibt.

Das Verlagsprogramm hat sich gewandelt und gefestigt. Nichts wird dem Zufall überlassen. Bestimmten einst regionale - überwiegend zeitgeschichtliche - Themen das Programm, so widmet sich der Verlag heute anspruchsvoll aufgemachten Themen.

Eine Konstante ist unverändert geblieben: Das Thema muss passen und die Qualität lässt keine Kompromisse zu. Als Produktionsschwerpunkte stehen weiterhin hochwertige Bildbände und Reiseführer im Kurs. Der Verlag bewegt sich zweifellos in einer Nische, in der er sich ausgesprochen wohlfühlt.

ZITAT

„Die Erfindung des Buchdruckes ist das größte Ereignis der Weltgeschichte.“

Victor Hugo

Das Interesse an Belgien ist in den letzten Jahren gesunken. Dies macht sich auch im Verlagsprogramm bemerkbar. Wurden zu Beginn der 1990er-Jahre zahlreiche belgische Themen aufgegriffen, so muss man heute feststellen, dass dieser Markt nicht mehr sonderlich reizvoll ist. Aufwendige Kooperationen mit belgischen Verlagen stehen kaum noch auf der Tagesordnung. Die wenigen in Belgien ansässigen Verlagshäuser produzieren für ihr jeweiliges Sprachgebiet. Jeder kocht sozusagen sein eigenes Süppchen. Dies erfordert schon einiges an Kreativität, um dem Leser nicht immer wieder dieselben Themen anzubieten.

Erfolg ist nicht immer vorhersehbar, denn letztendlich entscheidet der Leser, was benötigt wird. Auf dem Laufsteg der gerade zu Ende gegangenen Frankfurter Buchmesse durfte der Beobachter feststellen, dass die Verlage immer größere Anstrengungen unternehmen müssen, um einen Bestseller zu landen. Renommierte Autoren leisten Schützenhilfe, neue aufstrebende Schreiber haben kaum eine Chance, einen Verlag zu finden, der bereit ist, ihr Werk zu veröffentlichen. Aufbauarbeit bindet Mittel und Zeit. Und gerade das hat kein Verlag, denn der Erfolg eines Titels muss sich unmittelbar nach Erscheinen einstellen. Die Lebensdauer eines Buchs ist nicht ewig, nur einige Klassiker der Literatur haben die Stürme der Zeit überlebt.

Viele Autoren suchen nunmehr ihr Glück im World Wide Web, veröffentlichten in Blogs oder im Eigenverlag. Beim vielfältigen Angebot von On-

line-Druckereien eine willkommene Alternative, sein eigenes Werk in den Händen zu halten. Aber die Aussicht damit auf den Bestsellerlisten zu landen ist gleich null. Darauf kommt es vielen vermutlich auch gar nicht an. Sie sind einfach glücklich, ihr eigenes Buch in den Händen zu halten, eine große Verbreitung ihres Werks ist nicht das vordergründige Ziel.

ZITAT

„Das Schicksal der Bücher ist geheimnisvoll.“

Sully Prudhomme

Was Verlage produzieren, entscheidet letztendlich der Käufer im Buchhandel. Aber ein wesentlicher Unterschied zu vielen anderen Konsumgütern ist die Tatsache, dass der Buchmarkt erst mal ein Anbietermarkt ist. Ein Verlag tritt immer in Vorleistung. Das birgt ein gewisses unternehmerisches Risiko. Nur das fertige Produkt - das Buch - kann dem Leser vorgelegt werden. Kein Muster, kein Dummy, keine Testversion.

Hinzu kommt, dass Bücher ein langsames Medium sind. In der heutigen schnelllebigen Zeit wirkt das Buch für man-

che sogar antiquiert. Sich in punkto Geschwindigkeit mit anderen Medien messen zu wollen, ist völlig absurd. Bücher können nur auf langfristige Trends reagieren, nicht auf kurzfristige Moden. Gerade das aber ist ein strategischer Vorteil. Nur gut durchdachte Konzepte gehen in Produktion.

Die Bestimmung der Auflage gestaltet sich in der heutigen Zeit als eine der wichtigsten Herausforderungen. Das Thema und das Produkt müssen richtig eingeschätzt werden. Gibt es schon etwas zu diesem Thema? Wen spricht es überhaupt an? Wie werden die Medien es transportieren? Viele Fragen, die es zu beantworten gilt. Produziert ein Verlag zu viele Exemplare, bindet er unnötig Kapitel. Pro-

duziert er zu wenig, wird er sich ärgern, zurückhaltend gewesen zu sein. Und: Auch Neuauflagen erfordern Mittel.

ZITAT

»Mancher schreibt gleich zwei Bücher auf einmal: das erste und das letzte.«

Mark Twain

Und dann stellt sich wieder die Frage: Wie viele Exemplare benötigt der Markt noch? Es mag verwundern: Verlage verkaufen - streng genommen - keine Bücher, sie verkaufen letztendlich Auflagen.

Glück haben ist eine schöne Angewohnheit: Als deutschsprachiger Buchverlag in Belgien steht man gewissermaßen vor besonderen - aber interessanten Herausforderungen - denn der ostbelgische Buchmarkt ist tatsächlich recht überschaubar mit seinen ca. 74.000 Einwohnern. Es dürfte nicht überraschen, dass dies nicht ausreicht, um sich langfristig wirtschaftlich zu etablieren. Für die Vermarktung und den Vertrieb ist der deutsche Buchhandel von großer Bedeutung: Dort wird der Großteil der Bücher abgesetzt. Dort ist erfreulicherweise auch das Medieninteresse an den Aktivitäten des Verlags vorhanden. Ja, Ostbelgien und die Euregio Maas-Rhein sind reizvolle Reisegebiete. Davon profitieren selbstverständlich



Der Bildband über den Premium-Wanderweg „Der Eifelsteig“ (Peter Stollenwerk & Guido Bertemes) wird die Besonderheit der Eifel in den Vordergrund stellen.

auch die Tourismusstrategien in der Region, wenn ein Reiseführer über Ostbelgien Besucher aus nah und fern anlockt.

ZITAT

„Das Reden vom Ende des Buches kenne ich nunmehr seit 25 Jahren. Erst war es der Bildschirmtext, dann die sogenannte tragbare Staatsbibliothek von Sony, anschließend CD-ROM und DVD, jetzt ist es das World Wide Web, welches das Buch verdrängen soll. Nein! Das Buch hat eine wunderbare Zukunft!“

Florian Langenscheidt

Die digitale Welt hat schon lange Einzug gehalten im Verlagsgeschäft. Schlagwörter wie das elektronische Buch sind keine Fremdwörter. Viele GEV-Titel sind im Netz auch als e-book abrufbar. Eine willkommene Alternative zum klassischen Buch. Es hat den Vorteil, dass kurzfristig oder spontan ein Buch aus dem Netz heruntergeladen werden kann. Es entfallen die (meist) stressige Parkplatzsuche in der Stadt, die Suche nach dem Buch - unter Umständen ist es nicht vorrätig und muss bestellt werden -, das Warten an der Kasse. Ein Buch hat aber ganz andere Werte: Es spricht die Sinne an. Das ist entscheidend und möglicherweise die Überlebensgarantie, dass es sich auch gegen den Ansturm des Internets behaupten wird. Ein Buch lässt sich benutzen ohne Auflagegerät oder Kabel. Ein Buch ist eben immer noch etwas Besonderes. Immer noch überzeugende Erfindung.

Klassisch, nostalgisch und gut. Sicher, der Markt der elektronischen Bücher wird Marktanteile hinzugewinnen - in den Vereinigten Staaten gehören Lesegeräte zum sichtbaren Alltag -, aber sie werden das Printmedium Buch mittelfristig nicht vom Thron stoßen. Die GEV-Reiseführer-Reihe hat erfreulicherweise einen Platz im Premium-Reiseführermarkt gefunden und ist seit Kurzem in neuer Aufmachung erschienen - moderner und frischer. Die Stadtführer „Maastricht“ und „Lüttich“ haben den Anfang gemacht und sind durchgestartet. Über diese sehenswerten Städte liegen die ersten beiden deutschsprachigen Reiseführer vor. Das mag verwundern! Im Hinblick auf die Bewerbung von Maastricht zur Kulturhauptstadt 2018 und Lüttich Expo 2017 eine gute Wahl. Die Resonanz ist überwältigend und ein Zeichen, dass die Städte in der Euregio Maas-Rhein großes touristisches Potenzial besitzen. Der soeben erschienene Reiseführer „Die Euregio Maas-Rhein. Unterwegs im Land ohne Grenzen“ aus der Feder von Christoph Wendt verstärkt diese Einschätzung: Die Region ist reizvoll und vielseitig. Außerdem wird Horst Michels Ende des Jahres sein Wanderbuch vorlegen: Die Ostbelgienroute. Eine Entdeckungswanderung von Kelmis nach Ouren.

– Fortsetzung Seite 16 –



Autor Roland Sieglhoff (links) und GEV-Leiter Guido Bertemes bei einer Buchvorstellung.

1997-2004 DER GOLF DES JAHRES 2000.



Die Rolle des Golf 4 war von größter Bedeutung und äußerst delikate: Der Golf musste im 21. Jahrhundert ankommen. Mit über 4.300.000 produzierten Golf zwischen 1997 und 2004 übertraf dieses Modell die optimistischsten Vorhersagen. Und wenn ihm heute noch zahlreiche Websites und Blogs gewidmet sind, dann auch dank einer inzwischen zum Mythos gewordenen Version: der R32. Mit seinem 6-Zylinder-Motor mit 241 PS und Allradantrieb ist er heute noch eine unangefochtene Referenz in der Kategorie der ultra sportlichen Kompakten.



Wüssten Sie es?

Der neue Golf gibt sich resolut zukunftsorientiert mit futuristischen Technologien wie dem Müdigkeitssensor, der automatischen Distanzregelung ACC und der Rundumüberwachung «Front Assist» mit Notbremsfunktion.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

    **SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG.** Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.

–Fortsetzung von Seite 14 –
Die Geschenkbücher und Bildbände aus dem GEV erscheinen rundweg im originellen und handlichen Format 23 x 23 cm. Ohne Kompromisse in Bezug auf Qualität und Aufmachung. Die letzte Veröffentlichung über das Naturschutzgebiet „Das Hohe Venn“ - mit Texten von Ulrike Schwieren-Höger und Fotos von Guido Bertemes - offenbaren die ganze Schönheit dieses Landstrichs, der zu jeder Jahreszeit seine Reize hat. Der Bildband über den Premium-Wanderweg „Der Eifelssteig“ (Peter Stollenwerk & Guido Bertemes) wird die Besonderheit der Eifel in den Vordergrund stellen. Selten hat Wandern so viel Spaß gemacht. Dieses Buch birgt allerdings die Gefahr, dass der Betrachter umgehend seine Wanderschuhe schnüren wird (Erscheinungstermin: Anfang November 2012).

In diesem Kontext reiht sich auch das jüngste Werk aus der Feder von Marcel Bauer ein: Der Journalist hat das Archiv der Fotografendynastie Franken aus Eupen durchforstet und in einem Buch dokumentiert. Es hält viele Einblicke und Überraschungen bereit. Ein Zeitdokument, das - rechtzeitig zu den Feierlichkeiten 800 Jahre Eupen im kommenden Jahr - viel mehr über die Stadtgeschichte und das Leben der Menschen in der Weserstadt aussagt als so manche Ausstellung („Eupen. Das gläserne Gedächtnis“, Marcel Bauer & George Dyba, November 2012). Die Aufarbeitung zeitgeschichtlicher Themen wurde nicht vernachlässigt. Ganz im Gegenteil: Der Autor

Dr. Christoph Brüll hat kürzlich ein Buch über den Versailler Vertrag (Zoom 1920-2010. Nachbarschaften neun Jahrzehnte nach Versailles) veröffentlicht und der ehemalige GE-Chefredakteur Heinz Warny hat in einem 432 Seiten umfassenden Werk einen le-

ZITAT

„Mit seiner Unterwegs...-Reihe hat sich das Eupener Verlagshaus längst einen Namen als führender Herausgeber von anspruchsvollen Reiseführern gemacht.“

Aachener Nachrichten

senswerten Streifzug durch die parlamentarischen Debatten über die „Cantons Rédimés“ veröffentlicht. Diese Publikationen verstehen sich als wertvolle Zeitdokumente von geschichtlicher Bedeutung. Ein wichtiger Aspekt in der Ausrichtung des Verlags: Dokumentieren und für die Nachwelt erhalten - in der heutigen Zeit eine Aufgabe, die immer wichtiger wird.

Auch Paul Schmitz hat mit seiner eigenen Geschichte ein Buch vorgelegt, das absolut lesenswert ist. Seine Suche nach seinem amerikanischen Vater ist in dem Band „Kriegskind“ nachzulesen. Er gewährt einen tiefen Einblick in die damalige Zeit und beschreibt die lange Suche nach seinem Vater. Kein Einzelschicksal, es gibt unzählige Kinder, die es ohne

den Krieg nicht gegeben hätte. Auch in Ostbelgien ...

Die Belletristik kommt – wie immer - auch nicht zu kurz: Unser Stammautor Günter Krieger aus Langerwehe hat soeben einen Roman über das Kreuz der Verlobten veröffentlicht.

Er erzählt in seinem Buch die Geschichte eines Paares, das hundertvierzig Jahre später in eine ähnliche Situation gerät ... In der Vergangenheit sorgte Günter Krieger bereits für Aufsehen mit den Romanen „Flammen über Aachen“, „Das Haupt der Anna“ oder „Gertrudisnacht“.

Die in Ostbelgien aufgewachsene und seit einigen Jahren in Berlin lebende Autorin Maryanne Becker veröffentlicht seit kurzem ihre Bücher im Eupener Verlag. Und das mit beachtlichem Erfolg. Ihr Erstlingswerk „Grenzlandfrau“ überraschte gleich: Becker verknüpft in ihrem Buch regionale Geschichte mit spannender Unterhaltung. Das Schicksal der Menschen liegt ihr am Herzen. Auch in den Bänden „Fräulein Engel“ und „Die Flickschneiderin“ widmet sie sich der Vergangenheit in der Region. Maryanne Becker, eine Autorin, die aus der Ferne betrachtet kein Geheimtipp mehr ist.

Das gesamte Verlagsprogramm ist im Internet abrufbar unter www.gev.be. Dort kann auch das GEV-Newsletter abonniert werden, um laufend über die Neuerscheinungen des Verlags informiert zu werden. Ein 36-seitiges Verlagsverzeichnis mit allen lieferbaren Büchern ist kostenlos als Printausgabe in den GrenzEcho-Geschäftsstellen in Eu-

pen und St. Vith erhältlich. Es kann auch telefonisch angefordert werden (Tel. 087/59 13 00) oder per E-Mail: buchverlag@grenzecho.be.

Im Haifischbecken der Verlagswelt fühlt der GEV sich richtig wohl. Denn wer kleiner ist, ist in der Regel schnell – beweglich und flexibel. Diese Eigenschaften und der feste Wille, Qualität zu fördern, tragen zum Erfolg bei. Der Tuchmacher Ackens wäre sicher stolz auf die heutige Entwicklung im altherwürdigen Haus am Eupener Marktplatz.

www.gev.be

GESTANET N.V. S.A.
CLEANING & FACILITY SERVICES

MEMBER OF THE GSI FINANCES GROUP

ISO14001 CERTIFIED VINÇOTTE
ISO 9001 CERTIFIED VINÇOTTE
VCA CERTIFIED VINÇOTTE

Nous protégeons et améliorons l'environnement pour une meilleure qualité de vie au travail

BRUXELLES	LIÈGE	NAMUR	CHARLEROI
rue Waelhem, 80 bte 8 1030 Brüssel Fax: 02 245 92 45 Tél. 02 245 91 45	Parc Industriel des Hauts-Sarts 115-117 4040 Herstal Fax: 04 355 20 12 Tél. 04 256 50 70	rue de Dave, 54 5100 Jambes Fax: 081 30 33 36 Tél. 081 30 14 24	Aéropôle de Charleroi, rue Clément Ader, 12 6041 Gosselies Fax: 071 37 73 00 Tél. 071 37 73 10

Delivering solutions. **DB SCHENKER**

We'll take every way possible. Except the Milky Way.

Questions? We're here for you.
+32 (0)3 543 62 11 - info.be@schenker.com

DB Schenker: connecting Europe.

With one of the densest land transport networks in Europe, DB Schenker brings 250,000 door-to-door shipments to their destinations every day. Whether it's scheduled regular service or customized courier service, a truck is waiting to transport your goods at www.dbschenker.com



Der Journalist Marcel Bauer hat das Archiv der Fotografendynastie Franken aus Eupen durchforstet. „Eupen. Das gläserne Gedächtnis“ erscheint November 2012.

BUCHEMPFEHLUNGEN VON GUIDO BERTEMES

- „Stadt der Diebe“ von David Benioff. Ein Buch über Freundschaft. Ein Abenteuerroman, manchmal hart an der Grenze.
- „Tief im Wald und unter der Erde“ von Andreas Winkelmann. Ich konnte nicht mehr aufhören zu lesen. Das Grauen lässt einen nicht mehr los. Ich freue mich bereits auf „Blinder Instinkt“ ...
- Meine Frau liest gerade „Der Seele weißes Blut“ von Sabine Klewe. Es scheint sehr spannend zu sein, ich darf sie nicht stören.
- Wer die heutige Jugend verstehen will: „Heult doch“ von Meredith Haaf. Ein Buch über eine Generation und ihre Luxusprobleme. Sie sind mobil, dass sie sich Mitte zwanzig wieder nach dem warmen Nest sehnen. Sie sind so informiert, dass sie

- sich für nichts interessieren. Sie sind so frei, dass sie sich vor allem Sicherheit wünschen. Die Demos überlassen sie den Wutbürgern. Sie hadern mit Luxusproblemen anstatt Verantwortung zu übernehmen. Sie sind nicht dabei. Sie sind auf Facebook. Oder beim Feiern. Oder machen ein Praktikum.
- „Der Vorleser“ von Bernhard Schlink. Ein Klassiker, der es auf die Leinwand gebracht hat.
- „Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod“ von Bastian Sick. Kann Grammatik Spaß machen? Ja!
- „Kleines Lexikon der Weinlrrtümer“ (Frank Kämmer): Endlich mal einer, der mit den Halbwahrheiten und Vorurteilen aufräumt.
- „Revolutionen auf dem Rasen. Eine Geschichte der Fuß-

- balltaktik“ von Jonathan Wilson. Seitdem habe ich das Gefühl, mit dem Nationaltrainer auf Augenhöhe zu sein.
- Traurig, wie das Leben manchmal sein kann, aber trotzdem mit einer hoffnungsvollen Botschaft: „Oskar und die Dame in Rosa“ von Eric-Emmanuel Schmitt. Wer denn sonst?
- „Eifel. Ein Heimatbuch“ von Hubert vom Venn. Mit vielen tollen Beiträgen über die Eifel. Schmunzeln erlaubt.
- „Die Päpstin Johanna - Biographie einer Legende“ von Max Kerner und Klaus Herbers. Wenn es die Päpstin nicht gab, so hätte es sie doch geben können.
- Gerne empfehle ich auch die Bücher von Ralf Kramp, dem Meister des schwarzen Humors.

Wir gratulieren dem GrenzEcho zum 85-jährigen Bestehen



Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten sind die regionalen Tageszeitungen für die Städteregion Aachen, die Kreise Düren und Heinsberg. Täglich erreichen wir mit 17 Ausgaben rund 370.000 Menschen mit bewegenden Geschichten und den aktuellsten Ereignissen aus dem lokalen Leben. Wir wissen, was die Region bewegt.



2003-2009

WILLKOMMEN IM ZEITALTER DER VERBRAUCHSSENKUNG.



Lange vor der allgemeinen Begeisterung hatte Volkswagen begriffen, dass die Verbrauchssenkung im Mittelpunkt der automobilen Anliegen des 21. Jahrhunderts stehen würde. Nachdem man in den 90er Jahren den Lupo TDI 3 Liter entwickelt hatte, lässt Volkswagen nicht nach und beschließt, ökologischere Fahrzeuge in Massenherstellung anzubieten. Der Nachwelt wird im Gedächtnis bleiben, dass der Golf 5 als erster von der BlueMotion-Technologie profitierte!



Wüssten Sie es?

Dank des Einsatzes neuer Materialien verliert der neue Golf bis zu 100 kg. Dieser Gewichtsverlust ermöglicht es dem neuen Golf, bis zu 23% weniger als sein Vorgänger zu verbrauchen.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

    **SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG.** Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.

Nummer 2

Samstag, den 11. Juni 1927

1. Jahrgang

Grenz-Echo

Erscheint jede Woche Samstags.
Druck und Verlag: S. Braun, Eupen.
Geschäftsstelle: Schillsweg 59, Tel. 108

Christliches Organ zur Förderung wirtschaftlicher Interessen der neubelgischen Gebiete.

Bezugspreis bis Ende 1927 10 Fr.
Abonnements nimmt entgegen die
Geschäftsstelle des „Grenz-Echo“.

An unsere Leser.

Durch Verlegung der Druckerei konnte die erste Nummer nicht erscheinen, wie das Grenz-Echo es wünschte. Die heutige Nummer wird ungefähr alle Rubriken umfassen, wie wir in unserem Leitartikel angefangen haben und hoffen wir, stufenweise die Zeitung weitmöglichst zu vervollständigen. Anregungen unserer Leser und Abonnenten werden immer Berücksichtigung finden.

Um unser Persönlichkeitsideal.

Ein Beitrag zu unserer Heimatpflege.

Wir wollen nicht sprechen von politischen Tendenzen. Sie gehen gesunderweise nicht den kulturellen Strömungen voran, sondern können sich aus jenen höchstens ergeben. Es wäre daher ein tatsächlicher Gewinn für die Gesamtheit der neubelgischen Bevölkerung, wenn zunächst seine schwerverwundenen kulturellen Werte für das Volksganze „wirklich“ und „treffend“ flüssig gemacht würden, eine Schicksalsnotwendigkeit, bei der an die gesamte Bevölkerung ein innerer Befehl zur Beruflichkeit ergeht, den auch wir ein wenig wecken möchten. Aus der Fülle der Aufgaben sei hier vor allem an die objektive Wiederaufrichtung und sorgsame Pflege unseres angedeuteten Persönlichkeitsideals erinnert, eine Aufgabe, die immerhin alle anderen auf sich engste umfaßt.

Deutsches Persönlichkeitsideal.

Was ist es nun mit diesem ursprünglichen Persönlich-

der somit im allgemeinen auch unser Persönlichkeitsstil war und heute in Wirklichkeit noch sein soll. Sehen wir uns diesen Stil einmal des näheren an, so werden wir finden, daß er von den Beeinflussungen der hier um die Herrschaft ringenden Völker durchkreuzt und derart eingeschüchtert ist, daß er trotz allem in einem anfänglichen Standpunkt verharrt ist. Oder er steht, wie an den allen Verkehrsstrahlen und Zentren am Rhein und an der Mosel, auf dem nicht weiter gewachsenen Stande der mittelalterlichen Kulturzeit. Als solcher ist dieser Charakter von einer mehr als historischen Eigenart, er ist unmittelbar unschätzbar namentlich auch für unsere Gegenwart. Was sich anderswo zu Derbheit und Biederkeit, zu Selbstlosigkeit und Schneid verdichtet und verhärtet hat, das steht hier noch zu jeder Formung bereit. Halten wir uns weiter diesen reinen und großen rheinisch-westdeutschen Persönlichkeitsstyp vor Augen, ohne also auf jede andere „spezielle“ Antikämpfung dieses Typs in unseren neubelgischen Gebieten des näheren einzugehen, so finden wir weiter, daß die eben erwähnte Unsicherheit des Rheinländers und Westdeutschen überhaupt eine Erschütterung erleidet in seinem preußischen Zeitalter unter dem politisch beschleunigten Einfluß der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts. Doch noch intensiver aber wirkte das ostdeutsche Ideal und zwar seit 1900, wo es sich von dem Soldatenstande und der gebildeten Schicht her über die Masse ergoß. Auch wir bekamen davon mit. Wir sehen es heute noch. Allerdings liegt dieser Kritik ein Angriff gegen die ehemalige preußische Zugehörigkeit absolut fern. Jeder von uns weiß vielmehr, wieviel er der Frucht des norddeutschen Geistes und Systems zu verdanken hat. Aber es darf auf der anderen Seite nicht geduldet werden, daß ein wertvoller Bestand an vollkommener Eigenart durch ein ganz bestimmt wefensfremdes Ideal verewaltigt werden soll.

Die Entstehung des uns ja bekannten feudal-militärischen Ideals liegt geschichtlich klar. Die kolonisierende und staatsbildende Herrenschicht entwickelte zu ihrer Herrschaft, die

denn als Herrscher. Er braucht deshalb auch nicht nach mehr Ansehen zu streben, als ihm seine Verhältnisse von selbst geben, er gibt sich ungelüsterter, natürlicher. Wir bezeichnen der Kürze halber jene Art der Persönlichkeitsgebearung in Herrenstil, diese mit Volksstil. Die rasche Verallgemeinerung, die der Herrenstil erlebt hat, geht hauptsächlich auf die Entwicklung der Großstadt zurück. Das Massenmenschen-tum, das sich hier im Laufe des letzten Jahrhunderts ungeheuer rasch entwickelte, zerfiel ebenso schnell als Gemeinschaftsganz. Die Selbstbehauptung trat immer mehr hervor und ihr ta der Herrenstil zur Hilfe. Man ahmte den Herrn nach, bis auf die Handschuhe und Lackschuhe, und glaubte in ein Aufmachung von Schneidigkeit in Sprache, Haltung, Ge und Rücksichtslosigkeit den Besten seiner Zeit ebenbürtig sein. Mit einer rasenden Zwangsläufigkeit geht dieses Gebaren nach dem Kriege bis in die ärmste Hütte. Nie als ob man nicht jedermann sein Glück gönnte. Aber gera eine solche Vermaskierung ist kein Unglück. Er findet so n mals seinen naturgemäßen Ausdruck, seine inhaltlich-form Ausgesprochenheit.

Persönlichkeitsideal in unseren Gebieten

Der Schmerz über eine solche Verunstaltung der Persönlichkeit wird namentlich in Gegenden wie bei u empfunden, wo ohnedem durch noch wefensfremdere Einflü die reinen Kulturwerte zu verzerren drohen. Treten v daher jeder Kulturfreude energisch in den Weg und ruf halt! Ihr habt zuviel zu verlieren, Landsleute, i daß dies geschehen dürfte! Und dieser Apell richtet sich r allem an die Gebildeten, an die Vorbilder, nach denen i das Volk richtet. Unsere Schuld ist es, daß das Volk u seinen Stil gegen den Herrenstil zu verfallen im Begri steht. Unsere Aufgabe ist es zweitens, den uns wefer gemäßen Stil zu pflegen und ihn für unseren Heimatst auszubilden. Nur deshalb, weil wir unseren, den Volks

»An unsere Leser« wandte sich das Grenz-Echo in seiner zweiten Ausgabe vom 11. Juni 1927, um zu gestehen, dass die erste Nummer der Zeitung nicht wie gewünscht erscheinen konnte. Das Original der Nummer 2 befindet sich in Händen des Eupeners Erich Krafft, der seit vielen Jahren schon GE-Leser ist und die seltene Zeitung zur Reproduktion für diese Jubiläumsausgabe zur Verfügung stellte. Die Suche nach der ersten Ausgabe ist bis zum 85. Jubiläum jedenfalls ergebnislos geblieben.

Studienobjekt: Studenten forschten gern zum Grenz-Echo in der Vorkriegszeit

Zeitungsgeschichte in Abschlussarbeiten

Das frühe Grenz-Echo ist in anderen Zeitungen seit seiner Gründung im Jahre 1927 gern zitiert worden – sei es als Ziel-scheibe härtester Kritik in anderen Zeitungen in der Vorkriegszeit oder als Objekt von Recherchen und Abschlussarbeiten an Hochschulen.

Zu den frühen Veröffentlichungen gehört „Le Grenz-Echo, cas particulier de la presse belge“ von Marie-Louise Claudine Genet (früher Burg-Reuland, heute Brüssel), die an der Freien Universität Brüssel Journalismus und Sozialkommunikation studiert hatte. Sie legte ihren Bericht über das Grenz-Echo im akademischen Jahr 1974/1975 vor. Ihr Mémoire diente manchen Studenten wohl als Fundgrube für erste Hinweise zur GE-Geschichte.

Im Jahr 1974 veröffentlichte die Eupenerin Heidi Christmann ihre an der Ludwig-Maximilian-Universität in München eingereichte Arbeit „Presse und gesellschaftliche Kommunikation in Eupen-Malmedy zwischen den beiden Weltkriegen“ vor. Es wurde ein Nachschlagewerk für die Zeitungen in dieser Zwischenkriegszeit.

Werner Brülts befasste sich in seiner Lizenzarbeit an der Universität Löwen 1991-1992 mit den „Eupener Nachrichten und dem Grenz-Echo in den Jahren 1933 bis 1940“.

Hinzu kommen weitere Arbeiten als Hochschulabschlüsse von deutschsprachigen, innerbelgischen und auch Studenten des Auslands, die hier

nicht erwähnt sind.

Das GrenzEcho selbst hat sich zu seinem 80-jährigen im Jahre 2007 erstmals in Buchform mit der eigenen Geschichte befasst, und dies in der bisher ausführlichsten Darstellung. In „Zwei Jahrhunderte deutschsprachige Zeitung in Ostbelgien“ werden zudem alle im GE-Verbreitungsgebiet herausgegebenen Zeitungen behandelt.

An der Lütticher Universität legte der Raerener Pädagoge Guido Havenith im akademischen Jahr 1994-1995 eine sehr detaillierte Abhandlung über „Das Belgienbild des Grenz-Echos in den Jahren 1927-1940 – Ein Weg der Integration?“ vor. Diese Arbeit ist aktuell vom Förderverein des Archivwesens in der Deutschsprachigen Gemeinschaft in einer deutschsprachigen Ausgabe veröffentlicht worden. Es handelt sich um die integrale Übersetzung des französischen Originals in die deutsche Sprache. Autor Guido Havenith blickt in einem Gespräch mit dem GE auf seine Studienarbeit zurück:

Sie hatten sich mit den Jahren 1927 bis 1940 befasst. Reizt es Sie nicht, der ersten Arbeit eine weitere für die Zeit ab 1945 anzufügen?

Havenith: Es würde mich schon reizen, die Analyse des Belgienbildes nach 1945 im GrenzEcho zu analysieren. Jedoch ist eine derartige Arbeit sehr zeitintensiv. Schon für die Vorkriegszeit wurden über

8.000 Artikel gelesen und analysiert. Ich könnte mir aber vorstellen, mich mit dem Belgienbild der Zeitung der Jahre 1945 bis 1965 zu beschäftigen. Das wäre dann schon eine Aufgabe für einige Jahre, da man sich nicht immer nur auf die Analyse der Zeitungsartikel konzentrieren kann – die pädagogische Arbeit hat da Vorrang.

Sie schrieben damals im Titel: „Das Belgienbild im Grenz-Echo 1927-1940. Ein Weg der Integration?“ Welche Integration sprachen Sie an? Können Sie diese Frage inzwischen klar beantworten? Weshalb sollte es überhaupt eine offene Frage sein?

Havenith: Es ging um die Integration der Eupen-Malmedyer in den belgischen Staat. Informationen waren für die Ostbelgier enorm wichtig. Nur so konnten sie etwas in ihrer Muttersprache über Belgien (Politik, Kultur...) erfahren. Eine Rolle, die das GrenzEcho heute noch übernimmt. Die Frage sollte eine offene Frage sein, da die Integration der Belgier nicht nur durch eine konsequente probelgische Informationspolitik vorangetrieben wurde. Vielleicht wäre auch eine Analyse der Schulbücher zu diesem Thema interessant. Wie wurde in den 20er und 30er Jahren den Schülern die belgische Geschichte näher gebracht? Hat die Schule die Eupen-Malmedyer zu Belgiern gemacht? Welche Rolle spielte der Krieg? Hier

kann man feststellen, dass die definitive Integration in den belgischen Staat von vielen Faktoren beeinflusst wurde.

Henri Michel nahm im „Belgienbild des Grenz-Echos“ eine zentrale Rolle ein. Hat sich Ihr Bild von Henri Michel seitdem noch geschärft?

Havenith: Der Name Henri Michel ist gerade für die Vorkriegszeit eng mit dem Grenz-Echo verbunden. Er hat die Zeitung stark geprägt. Jedoch bleiben einige Fragen offen: Warum hat er sich nach 1965 aus dem politischen Geschehen Ostbelgiens zurückgezogen? Hier wäre auch eine Analyse der Kommentare Michels in der Presse der letzten Jahre vor seiner Pensionierung interessant.

Haben Sie sich in Ihrer freien Zeit inzwischen noch mit der Geschichte des GrenzEchos oder mit der Entwicklung der Presse in Ostbelgien allgemein beschäftigt? Oder fesselt Sie Ihre Hinwendung zur Stadt Wien doch allzu sehr?

Havenith: Es ist nicht so, dass die angesprochene Hinwendung zur Stadt Wien mich so sehr beschäftigen würde, dass ich Ostbelgien aus dem Blickwinkel verlieren würde. In meiner Freizeit kann ich mich natürlich auch noch mit der Regionalgeschichte beschäftigen. Die Schwerpunkte haben sich schon etwas verlagert. Dazu gehört das Engagement für das Töpfereimuseum Raeren

und für den Förderverein des Archivwesens. Während mehrerer Jahre stand die Mitarbeit an dem Projekt „FUER Geschichtsbewusstsein“ im Vordergrund. Hier ging es um Fragen der Geschichtsdidaktik und die Anwendung von Kompetenzen im Unterricht. Über dieses Projekt entwickelten sich neue Kontakte und führten zu einem Projekt zum

Thema „Oral History“. Im Rahmen dieses Projektes wurde die Regionalgeschichte in den Mittelpunkt des Unterrichts gerückt und zahlreiche Zeitzeugen zum Alltagsleben in den 50er und 60er Jahren befragt. Es gibt natürlich auch die Zeiten, in denen die Beschäftigung mit der Geschichte und der Kultur Wiens im Vordergrund steht ...



Das Belgienbild im Grenz-Echo 1927-1940
Ein Weg der Integration?

VON
Guido HAVENITH
Eupen, 2012

Guido Haveniths Abschlussarbeit in deutscher Sprache

2008-2012 QUALITÄT BIS INS KLEINSTE DETAIL.



Wer einmal in einem Golf 6 Platz genommen hatte, war beeindruckt von den Fortschritten gegenüber seinem Vorgänger. Die Geräuschdämmung erreichte das Niveau von Limousinen der höheren Klasse, die Verarbeitung war eine Klasse besser und der Verbrauch war stark gesenkt worden. Kein Wunder, dass Ihnen heute Millionen Exemplare auf der Straße begegnen!



Wüssten Sie es?

Mit seinem 5,8-Zoll-Touchscreen mit Annäherungssensorik führt der neue Golf eine weitere Innovation ein. Nähert sich ein Finger dem Bildschirm, wechselt das System automatisch vom Darstellungs- in den Bedienmodus.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

 DTEleren  SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG. Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.

Medientechnische Entwicklungen: Verschmelzung schreitet voran

Die Zukunft hat begonnen

Im Lauf der Menschheitsgeschichte gab es immer wieder Erfindungen, die das Leben auf unserem Planeten revolutionierten. Etwa der Buchdruck. Oder die Dampfmaschine. Doch wohl keine Entwicklung hat die Welt so radikal und rasant verändert wie die des Computers.

1927, im Gründungsjahr des GrenzEchos, schienen mobile Telefone, elektronische Post und tragbare Musik noch in weiter Ferne. Dafür schickten sich gerade andere Medien an, unseren Alltag zu erobern. Das Radio steckte in seinen Anfängen und mit dem „Jazzsänger“ kam im Oktober 1927 der erste Tonfilm in die amerikanischen Kinos.

Obwohl das Werk gerade einmal zwei Sprachsequenzen besaß (von denen eine lediglich aus drei Sätzen bestand), bedeutete er das Ende des Stummfilms. Im darauffolgenden Jahrzehnt etablierte sich das Kino als Kunstform. Weltweit wurden prunkvolle Lichtspielhäuser erbaut, um dem neuen Kulturgut gerecht zu werden.

Noch heute gelten die 1930er Jahre als Blütezeit des großen Hollywood-Kinos. Es entstanden Klassiker wie „Der Zauberer von Oz“ oder „Vom Winde verweht“, die gleichzeitig den Grundstein für den Erfolg des Farbfilms legten.

Doch in den 1950er Jahren, als sich das Fernsehen allmählich zum Massenmedium mauserte, bekam der Film ernstzunehmende Konkurrenz.

Die Zahl der Kinosucher sank rapide. Und erst in der jüngeren Vergangenheit gelang es der Filmindustrie, wieder mehr Zuschauer vor die Leinwand zu locken. 3D-Spektakel wie „Avatar“ machen aus dem Kinobesuch wieder ein Erlebnis. Mit Live-Übertragungen großer Opern oder Sport-

ereignisse versucht man, neue Zielgruppen zu gewinnen. Der Durchschnittsbürger schaut heute am Tag vier bis sechs Stunden fern. In der Anfangszeit des Mediums war dies schlicht undenkbar. Denn täglich wurden nicht mehr als zwei Stunden Programm gesendet.

Trotzdem explodierte die Zahl der Fernsehgeräte in den 1950ern.

Die 1990er wurden zum Jahrzehnt des Internets.

Die Krönung von Queen Elizabeth am 2. Juni 1953 war das erste direkt im Fernsehen übertragene Großereignis. 27 Millionen Briten verfolgten die Zeremonie vor ihren Flimmerkisten.

Heutige Fernsehgeräte als „Flimmerkisten“ zu bezeichnen, wäre jedoch beinahe eine Beleidigung: Wackelige, grießige Sendungen gibt es schon lange nicht mehr. Moderne Bildschirme sind nur wenige Zentimeter dick und liefern dennoch ein gestochen scharfes Bild. Mittlerweile sind viele von ihnen gar 3D-fähig. Und die nächste Generation von Fernsehapparaten steht schon vor der Tür. Smart TVs verfügen über einen Internetzugang und erlauben somit unzählige Zusatzfunktionen.

Im Vergleich zu vielen anderen Technologien entwickelte sich die Computer-Technik besonders schnell. Als Konrad Zuse in den 1940er Jahren den ersten rechenfähigen Computer zusammenschraubte, ahnte er nicht, dass er damit eine (digitale) Revolution auslösen würde. Zur Ahnenforschung taugte das Gerät, urteilte er.

Lange Zeit wurde das Potenzial der intelligenten Rechenmaschinen deshalb verkannt -

zumindest für den Privatgebrauch. Erst mit der serienmäßigen Produktion von Mikroprozessoren (Computerchips) wurden PCs immer kleiner und vor allem leistungsfähiger. So setzten sich in den 1980er Jahren die ersten Heimcomputer durch. Liebhaber gerieten noch heute bei Namen wie „Atari“ oder „Commodore“ ins Schwärmen.

Die Vernetzung einzelner Computer wurde früh angestrebt. Bereits 1969 verband man in den USA die ersten Geräte mit dem Internet. Zunächst wurden Universitäten und Forschungseinrichtungen vernetzt. Es dauerte bis 1990, bis man schließlich beschloss, das Netzwerk kommerziell zugänglich zu machen.

Die 1990er wurden zum Jahrzehnt des Internets.

Mittlerweile ist das World Wide Web zu einem Standort für Informationen aller Art geworden. Google hat (beinahe) auf jede Frage eine Antwort. Nicht zuletzt hat das Internet unsere Art zu kommunizieren verändert. Längst hat die E-Mail Brief, Fax und Telegramm ersetzt. Kommunikation ist dadurch viel unmittelbarer und die Welt kleiner geworden. Schriftwechsel mit Geschäftspartnern in Japan oder Südamerika? Früher langwierig - wenn nicht gar undenkbar. Heute trennt lediglich die Zeitverschiebung.

Die massenhafte Verbreitung von Mobilfunktelefonen hat unser Kommunikationsverhalten drastisch verändert.

Auch die massenhafte Verbreitung von Mobilfunktelefonen hat unser Kommunikationsverhalten drastisch verändert.

Vorläufer der Handys waren die Autotelefone, die erstmals in den 1950er Jahren installiert wurden. Die Sprechanlagen machten damals rund die Hälfte des Fahrzeugpreises aus, waren so groß wie ein Reisekoffer und wogen gut 20 Kilogramm. Ende der 1980er/Anfang der 1990er machte die Einführung eines flächendeckenden Mobilfunknetzes die Geräte handlicher - bis man schließlich kein Auto mehr brauchte, um sie zu transportieren. Heute kommen schon Schulkinder kaum mehr ohne Handy aus.

Das womöglich größte Ereignis des 20. Jahrhunderts, die Mondlandung, hätte es ohne Computer nicht gegeben. Kaum vorstellbar, dass mittlerweile in einem schnöden Mobiltelefon mehr Technik steckt als 1969 in Apollo 11.

Telefonieren, Radiohören, Fernsehen, im Internet surfen - das alles ist mit einem modernen Smartphone möglich. Konvergenz nennen Kommunikationswissenschaftler dieses Verschmelzen der einzelnen Medien. Ein Trend, der sich fortsetzen wird. (drn)



Ob Handys mit Touchscreen, Tablet-PCs oder hochleistungsfähige Computer - seit 1927 hat sich medientechnisch eine Menge entwickelt.



Telefonieren, Radiohören, Fernsehen, im Internet surfen - das alles ist mit einem modernen Smartphone möglich.

www.manrolandbenelux.be

Geschichte wird nicht jeden Tag gedruckt.

Wir gratulieren zu 85 Jahren Grenz-Echo!



Werbung wird immer intensiver und man kommt kaum noch an ihr vorbei.

Quelle: Sebastian Bertalan

Anzeigen: Wenn's ans Einkaufen geht, übernimmt das Unterbewusstsein die Kontrolle

Werbung lädt Produkte emotional auf

Das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ ist das meistzitierte Medium in Deutschland. Das Hamburger Magazin steht wie kaum ein zweites für Seriosität und journalistische Glaubwürdigkeit; für Informationen, denen der Leser vertraut.

Umso größer war die Empörung, als das Traditionsblatt im Rezessionsjahr 2009 seine „Hausmitteilung“, die seit 1947 jedem Heft voransteht, an den Automobilhersteller

ze machen. Früher fast ausschließlich ein Phänomen von Frauen- und Boulevard-Zeitschriften, findet man sie heute immer öfter auch in Nachrichtenmagazinen.

Der Pressekodex gebietet eine klare Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten. In der Praxis ist das nicht immer der Fall. Das macht redaktionelle Anzeigen zu einem problematischen Werbemittel, das mitunter einen erheblichen Seriositätsverlust für das jeweilige Medium bedeutet.

Werbung und Anzeigen sind aber keine Erfindung der Neuzeit. Schon in der Antike wurden etwa Politiker oder Gaststätten auf

steinernen Werbetafeln angepriesen.

Der Buchdruck erleichterte schließlich die Verbreitung von Werbung, und mit Beginn der industriellen Revolution im 18. Jahrhundert erschienen die ersten Anzeigenblätter. Rund 100 Jahre später entdeckten die Zeitungen, dass sie sich über Anzeigen finanzieren können.

Heute ist Werbung allgegenwärtig. Ob im Radio, im Fernsehen oder im Internet: Wir sind ständig von ihr umgeben. Doch: Wie wirkt Werbung? Wieso sprechen uns manche Anzeigen an und warum lassen uns andere völlig kalt?

Vor allem Betriebswirte haben ein reges Interesse daran, diese Fragen zu klären. Liegt doch allein das Gesamtvolumen des deutschen Werbemarktes laut „Nielsen Media Research“ jährlich bei mehr als 25 Milliarden Euro. Eine alte Branchen-Weisheit sagt, die

Hälfte des Geldes bleibt unwirksam. Wie lassen sich Werbeinvestitionen also in Umsatzerfolg umwandeln?

Theorien zur Werbewirkungsforschung gibt es mittlerweile viele. Die erste entwickelte Elmo Lewis bereits 1898: Das AIDA-Modell hat bis heute Gültigkeit. Demnach wirkt Werbung in vier Phasen. Zunächst soll die Aufmerksamkeit (Attention) des Kunden erregt werden, dann sein Interesse (Interest). Dabei soll in ihm der Wunsch (Desire)

geweckt werden, das Produkt zu besitzen und ihn schließlich zum Kauf (Action) verleiten. Konsumenten glauben, rational zu entscheiden. Tatsächlich leitet sie jedoch ihr Unterbewusstsein. Wenn eine junge Mutter mit blütenweißer Bluse durch saftig grüne Wiesen streift und dabei von ihrem neuen Waschmittel erzählt, das nicht nur die Wäsche rein macht, sondern auch die Umwelt schont - dann schenken wir ihr Glauben. Immerhin signalisieren

die weiße Bluse und das grüne Gras unserem Unterbewusstsein Sauberkeit sowie Umweltverträglichkeit.

So oder so ähnlich funktioniert im Grunde jede Werbung. Damit sie im Gedächtnis der Menschen bleibt, wird sie ausreichend oft wiederholt.

Jede Mediengattung hat ihre ganz eigenen Stärken in Bezug auf die Platzierung von Werbung und Anzeigen. Angesichts der wachsenden Wichtigkeit des Internets und der weltweiten Wirtschaftskrise, hatten es aber vor allem die Print-Medien in den vergangenen Jahren schwer, Anzeigen zu verkaufen. Dabei sprechen zahlreiche Argumente für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften.

Knapp 93 Prozent der deutschen Bevölkerung liest beispielsweise Magazine. Darunter befinden sich auch viele junge Leute - im Gegensatz zu der weitverbreiteten Annahme, Heranwachsende würden sich nicht mehr mit klassischen Medien beschäftigen. So ziemlich jede relevante Zielgruppe hat ihre eigene Zeitschrift. Potenzielle Kunden können auf diese Weise passgenau angesprochen werden.

62 Prozent der Mediennutzer geben an, in Zeitschriften schon einmal interessante Anregungen gefunden zu haben. Nicht einmal die Hälfte (40 Prozent) würde dies über das Fernsehen sagen. Anzeigen werden von Lesern nicht als störend empfunden, sondern besitzen eine hohe Akzeptanzrate. So erklärt sich,

dass Print-Anzeigen von allen Mediengattungen das meiste Vertrauen genießen.

Oft löst eine Anzeige den Wunsch nach zusätzlichen In-

Denn Werbung spricht ihre eigene Sprache, durch die Produkte emotional aufgeladen und mit bestimmten Schlüsselreizen verbunden werden.

formationen zum Produkt aus. Zeitschriften und Zeitungen vermögen es - besser als andere Werbeträger - ihre Leser zielgerichtet auf die Website des Herstellers zu bringen. Daher ergaben Studien: Bei jeder fünften Anzeige hat sich mehr als die Hälfte der Betrachter näher mit dem Produkt beschäftigt oder es gar gekauft.

Werbeannoncen - insbesondere jene, die den Leser visuell ansprechen - bleiben im Gedächtnis. Mehr als ein Viertel der Nutzer erinnert sich an ein durchschnittliches Anzeigenmotiv.

Während Werbe-Spots im TV nach 30 Sekunden verschwinden, nehmen Leser eine Zeitschrift mehrfach zur Hand. Sie begleitet uns im Tagesverlauf, wird sichtbar in der Wohnung platziert, oft gesammelt oder an Freunde weitergereicht.

So kommt der Leser immer wieder mit der Anzeige und dem beworbenen Produkt in Kontakt. Für die Betriebswirte und Manager bedeutet das: Die Werbung wirkt nachhaltig. (drm)

Werbung muss für den Leser klar als solche erkennbar sein.

Toyota verdingte. Mit viel Text und großen Bildern wurde da das Innenraumkonzept des neuesten Fahrzeugmodells gepriesen. Die eigentliche (redaktionelle) „Hausmitteilung“ folgte erst auf der nächsten Seite.

Auf den Leser wirkten beide Hausmitteilungen nahezu identisch. Dass es sich bei der Toyota-Mitteilung jedoch um eine dreiste Werbung handelte, fiel nicht auf. Erst bei genauerer Betrachtung wurden Unterschiede in Typografie und Aufmachung sichtbar. Auf die Kennzeichnung „Anzeige“ hatte der Spiegel verzichtet - ein Fehler, den die Zeitschrift bereits unmittelbar nach Erscheinen bedauerte und der vom Presserat missbilligt wurde.

Doch sogenannte redaktionelle Anzeigen wie diese werden bei Anzeigenkunden immer beliebter - nicht zuletzt, weil sie sich die Glaubwürdigkeit der Print-Produkte zunut-



Werbung ist allgegenwärtig.

Foto: dpa

Jugendliche: Elektronische Medien spielen bei der Freizeitgestaltung eine immer größere Rolle

Im Reich der digital Eingeborenen

Computer sind „Lernverhinderungsmaschinen“, so die These von Manfred Spitzer, der mit seinem Buch „Digitale Demenz: Wie wir unsere Kinder um den Verstand bringen“ in diesem Sommer nicht nur die Bestsellerlisten, sondern auch die öffentliche Diskussion bestimmte. Mit seiner provokanten Streitschrift zum digitalen Wandel schürte der Hirnforscher Ängste - vor allem wohl bei besorgten Eltern. Denn längst bietet (exzessiver) Medienkonsum immer wieder Anlass zum Familienkrach („Du hängst den ganzen Tag nur vor der Glotze. Geh' mal aus an die frische Luft!“).

Führen Handy, Computer und Internet zur sozialen Isolation? Behindern sie Lernleistungen oder verdrängen sie gar die klassischen Medien? Mit Fragen wie dieser beschäftigen sich Kommunikationswissenschaftler bereits

Nicht zuletzt aufgrund ihrer Affinität zu allem Neuen widmen sich unzählige Studien dem Mediennutzungsverhalten junger Menschen. Eine der größten und wichtigsten unter ihnen ist die Studienreihe „Jugend, Information, (Multi-)Media“, kurz JIM, die seit 1998 jährlich in Deutschland durchgeführt wird. Befragt werden Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren.

Wenig überraschend ergab die aktuellste Befragung, dass alle Teenager mit Fernsehern, Computern, Internetzugang und Handy aufwachsen. Auch Radios und Digitalkameras sind in fast allen Haushalten vorhanden. Elektronische Medien spielen für das Freizeitverhalten der Zwölf- bis 19-Jährigen eine immer größere Rolle. Neben dem Handy, das 96 Prozent besitzen, nutzen sie Fernsehen und Internet. Dabei hat das World Wide

einem Jahr - besitzen ein Smartphone. Die intelligenten Handys (oft zum Missfallen der Mitmenschen zur Wiedergabe von Musik oder Videos) ermöglichen es, auch unterwegs, in der Schule oder am Arbeitsplatz online zu gehen.

Community-Nutzer haben im Durchschnitt 206 „Freunde“

Laut der JIM-Studie dient das Netz insbesondere als Kommunikationsplattform. Beinahe die Hälfte ihrer Online-Zeit bringen junge Leute mit Chatten zu oder in diversen sozialen Netzwerken. Hier ein Foto auf Instagram gepostet. Da schnell getwittert. Und dann noch schnell eingecheckt via Foursquare.

Vor allem die Zahl der Facebook-Nutzer ist in den vergangenen zwölf Monaten sprunghaft gestiegen und hat sich annähernd verdoppelt. Fast drei Viertel der befragten Mädchen und Jungen sind in der mittlerweile omnipräsenten Community angemeldet. Teilweise mehrmals täglich loggen sie sich ein, um ihre Freunde via Statusmitteilung oder Pinnwandbeitrag über Neuigkeiten auf dem Laufenden zu halten.

Im Schnitt haben die Community-Nutzer 206 „Freunde“. Diese Zahl legt nahe, dass es sich nicht um Freunde im engeren Sinne des Wortes handelt. Dennoch geben 96 Prozent der Jugendlichen an, die Freunde des Profils auch persönlich zu kennen.

Damit scheint die These widerlegt, dass Internet und Computer zu sozialer Isolation führen. Denn oft bereitet die Online-Kommunikation die Face-to-Face-Kommunikation vor. Nach wie vor ist nämlich das Treffen mit Freunden die liebste Beschäftigung Heranwachsender.

Zu diesem Schluss kommt eine Studie der Leuphana Universität Lüneburg, die den Medienkonsum von Schülern analysierte. Demnach hat die Mediennutzung keinen Einfluss auf den Freundeskreis.



Zwei Drittel der Jugendlichen surfen täglich im Internet – und das länger als zwei Stunden.

seit den 1980er Jahren.

Tatsache ist: Kinder entdecken die bunte Welt der Medien immer früher. Durchschnittlich beginnen sie beispielsweise im Alter von vier Jahren fernzusehen. Mittlerweile wachsen sie so selbstverständlich mit dem vielfältigen Medienangebot auf, dass sie die Fachsprache als „digital Eingeborene“ bezeichnet.

Web der Flimmerkiste inzwischen sogar den Rang angehen: Zwei Drittel der Jugendlichen surfen täglich im Internet - und das länger als zwei Stunden (134 Minuten).

Wer frühmorgens hin und wieder einer Horde Halbstarke auf dem Weg zur Schule begegnet, ahnt es vielleicht bereits: Immerhin ein Viertel der Jugendlichen - und damit elf Prozent mehr als noch vor



Ein fünfjähriges Mädchen sitzt auf dem Teppich im Wohnzimmer und schaut einen Trickfilm im Fernseher. Jede Stunde vor dem Fernseher wirkt sich bei Kleinkindern einer kanadischen Studie zufolge langfristig auf Körperumfang und Sportlichkeit aus.

Im Gegenteil. Tatsächlich sind Intensivnutzer - also Schüler, die täglich mehr als sechs Stunden mit Radio, TV und WWW verbringen - öfter mit ihren Freunden unterwegs.

80 Prozent schützen ihr Profil vor den Blicken Fremder.

Medien scheinen also eine soziale Komponente zu besitzen - wie jede Mutter weiß, deren Sohn sich mehrfach in der Woche mit seinem besten Freund zum Wii-Spielen verabredet. Dass Intensivnutzer häufiger körperlich inaktiv sind, sei hier nur am Rande erwähnt. Ebenso, dass Schüler, die intensiv Medien nutzen, weniger Lust auf Schule haben. Ob sie sich allerdings durch die Medien von ihren schlechten Schulleistungen ablenken lassen oder, ob sich

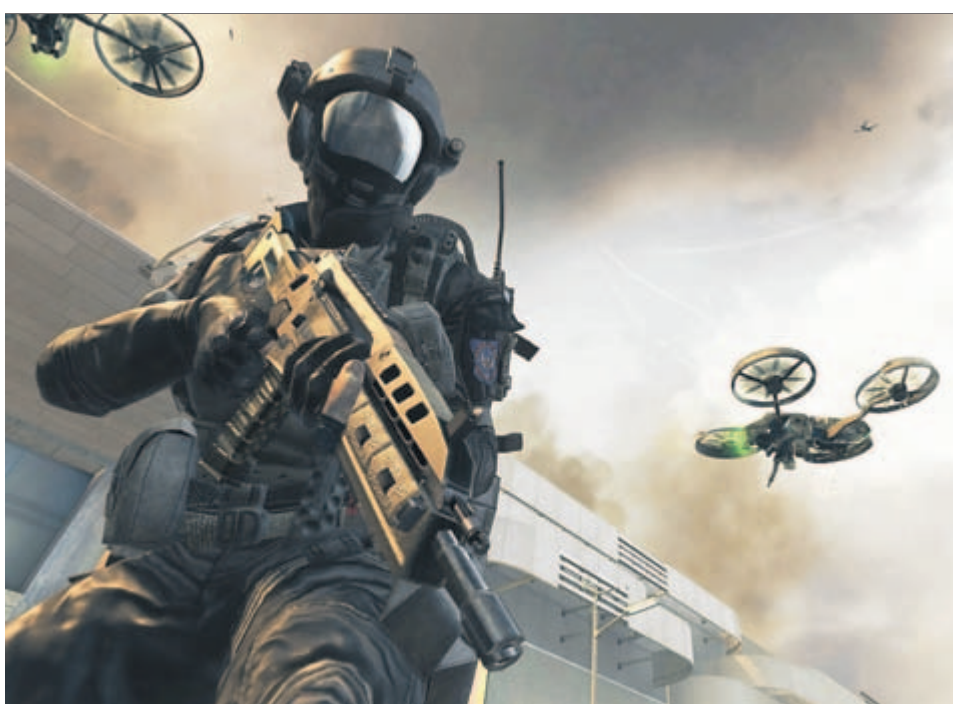
der Medienkonsum vielmehr negativ auf die Noten auswirkt, konnten die Wissenschaftler nicht feststellen. Denn entgegen aller Befürchtungen, begreift die Mehrheit der Kinder und Jugendlichen den Computer nicht ausschließlich als Spielgerät. Schon im Grundschulalter verwenden sie ihn zur Recherche oder zum Lernen.

Vor diesem Hintergrund sollte auch der Einfluss von Computerspielen betrachtet werden. Ihre Bandbreite reicht von Lern-, über Simulations- und Sportspiele bis hin zu den als gewaltverherrlichend geltenden Ego-Shootern. „Call of Duty“ (zwölf Prozent) oder „Counter-Strike“ (fünf Prozent) sind jedoch weniger beliebt, als vielleicht gedacht. Generell muss festgehalten werden, dass Jugendliche verantwortlicher mit Medien umgehen als gemeinhin angenommen. Das zeigt sich zum Beispiel am Einsatz von

Privacy-Einstellungen in sozialen Netzwerken. Fast 80 Prozent schützen ihr Profil vor den Blicken Fremder. Auch mit dem Einstellen persönlicher Daten werden sie zunehmend zurückhaltender.

Das alles darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass digital eingeboren nicht gleichbedeutend mit einer angeborenen Medienkompetenz ist.

Diese muss erlernt werden. Dazu gehört nicht nur, mit den unterschiedlichen Medien verantwortungsvoll umgehen zu können, sie auszuwählen oder gar aktiv gestalten zu können. Sondern die verschiedenen Angebote wollen auch eingeordnet und kritisch reflektiert werden. Hierbei sind vor allem Lehrer und Eltern Vorbild. Sie können ihren Schützlingen zeigen, wie man Medien positiv für sich nutzt - um etwa tragische Cybermobbing-Fälle zu vermeiden. (drn)



Gewaltverherrlichende Ego-Shooter wie „Call of Duty“ sind weniger beliebt als vielleicht gedacht.

2012 DIE LEGENDE LEBT.



Verbesserte Qualität, gesenkter Verbrauch, der neue Golf ist so einmalig wie sein unvergleichliches und sofort wiedererkennbares Design. Einmalig auch, weil er der einzige ist, der mit "Front Assist" serienmäßig ein exklusives Notbremssystem anbietet.

Entdecken Sie den neuen Golf bei Ihrem Volkswagen-Vertragshändler.

3,8 - 5,3 L/100 KM • 99 - 129 G CO₂/KM

 DTEleren  SICHERHEIT HAT IMMER VORRANG. Umweltinformationen (K.E. 19/03/2004): www.volkswagen.be



Das Auto.



Inhalte sozialer Netzwerke werden oft von Vorgesetzten genutzt, um sich ein genaueres Bild von Mitarbeitern oder potenziellen Bewerbern zu machen. 4,3 Mio. Belgier nutzen Facebook.

Facebook, Twitter, Xing, Tumblr & Co.: Wirksame Online-Profile werden zu einem wichtigen Werkzeug bei der Arbeitsuche

Jobsuche 2.0

Anfang August macht Maximiliane Rüggeberg ihrem Unmut auf dem Blogging-Dienst „Tumblr“ Luft. Unter der Überschrift „Ausbeutungsmaschine Journalismus“ beschreibt die junge Studentin ihre ebenso frustrierende wie ergebnislose Suche nach einem Zeitungsvolontariat und nutzt den Eintrag für eine engagierte Branchenkritik.

Von der Internetgemeinde erfährt sie dafür viel Solidarität. Und plötzlich wird auch ein Chefredakteur auf Maximiliane aufmerksam. Ihm imponiert der Mut der angehenden Journalistin und er bietet ihr prompt einen Ausbildungsplatz an.

Auch auf dem Business-Netzwerk „Xing“ finden sich unzählige Erfahrungsberichte von Nutzern, die mithilfe der Plattform einen (neuen) Job gefunden haben.

Angesichts solcher Fälle stellt sich die Frage: Geht heute eigentlich noch etwas ohne ein wirksames Online-Profil?

Wohl die Ersten, die soziale Netzwerke wie Facebook, MySpace oder MeinVz für sich entdeckten, waren die Schönen und Reichen Hollywoods. Munter tauschten Demi Moore und Ashton Kutcher via Twitter nicht nur Liebesbotschaften aus, sondern promoteten auch ihre eigenen Projekte. Für viele Schauspieler und Musiker sind die Plattformen zu einem praktischen Werkzeug geworden, um mit ihren Anhängern zu interagieren. Längst ist ein Wettkampf um die meisten Internet-Fans entbrannt. Wer kann Popdiva Lady Gaga und ihre 30 Millionen Twitter-Follower schlagen?

Verstärkt nutzen auch Politiker und Parteien Social Media-Seiten, um mit ihren Wählern in direkten Kontakt zu treten. US-Präsident Barack Obama machte es vor. Dank des Web 2.0 mobilisierte er im letzten Wahlkampf (2008) vor allem junge Menschen. Dabei veranstaltete sein Team auf YouTube sogenannte Town Hall Meetings, zu denen interessierte Bürger ihre Fragen per Videobotschaft einsenden konnten.

Wenn Promis und Politiker twittern oder facebooken, läuft das nicht immer fehlerlos ab. Denn die Netzwerke verleiten zu flapsigen Formulierungen oder unüberlegten

Kommentaren, die auf einmal für die ganze Welt sichtbar sind.

Schlagzeilen machte unter anderem der US-Abgeordnete Anthony Weiner, der im vergangenen Jahr unbeabsichtigt intime Fotos von sich online stellte und damit seine politische Karriere ruinierte. Aber auch Privatpersonen können ihre Internet-Profile zum Verhängnis werden.

Laut einer Studie sind sieben von zehn Internetnutzern in Belgien in sozialen Netzwerken aktiv. Mit 4,3 Millionen Mitgliedern ist Facebook mittlerweile am beliebtesten. Auf den nächsten Rängen folgen laut der Consulting-Firma

InSites die Internetcommunitys LinkedIn, Google+ und Twitter. 28 Prozent der Surfer verfügen über ein Smartphone, aber nur die Hälfte von ihnen besitzt ein Abonnement für mobiles Surfen. Elf Prozent der Internetnutzer können ein Tablet ihr Eigen nennen.

Die meisten Nutzer sind täglich in ihrer Community aktiv. Die Hälfte von ihnen gibt an, bis zu zwei Stunden auf Facebook und Co. zu verbringen. Vor allem die Kommunikation mit Freunden, Bekannten sowie der Familie spielt dabei eine wichtige Rolle.

Jedoch: Circa 20 Prozent der User pflegen auch berufliche

Kontakte via Social Media. Das machen sich immer häufiger Personalmanager zunutze. Für sie sind soziale Netzwerke ein Rekrutierungswerkzeug, dessen Stärke in der Kontaktaufnahme mit den Bewerbern liegt.

So gaben in einer aktuellen Umfrage 60 Prozent der Personaler an, online die Reputation ihrer potenziellen Mitarbeiter zu überprüfen und nach zusätzlichen Informationen über sie zu suchen.

Neben der Rechtschreibfähigkeit und dem Ausdruck eines Bewerbers liegt das Hauptaugenmerk bei Hinweisen auf Alkohol- oder Drogenkonsum. Denn das Freizeitverhalten sollte keinen Zweifel an seiner Persönlichkeit aufkommen lassen. So werden manch einem wilde Partyfotos, wie sie besonders von jungen Menschen gerne online gestellt werden, zum Verhängnis. Private Aufnahmen müssen allerdings kein Hindernis sein. Vielmehr beweisen sie meist, dass ein Kandidat sozial integriert ist.

In den USA sind solche Prüfverfahren bereits gängige Praxis. Im deutschsprachigen Raum steckt die Entwicklung noch in den Anfängen, wird aber in der IT-Branche sowie im Sales- und Marketingbereich verstärkt eingesetzt. Selbst Praktikanten müssen mit einer Überprüfung rechnen. Firmen investieren immer weniger in traditionelle Print-Stellenmärkte. Stattdessen werden Jobs häufiger online ausgeschrieben.

Schüler nutzen soziale Netzwerke bei der Arbeitsuche besonders rege. 88 Prozent von ihnen informieren sich im In-

ternet über Ausbildungsplätze. Online-Profile werden so zu einer Art Visitenkarte. Entsprechend sorgfältig sollte der Internetauftritt daher gepflegt werden. Jedoch gilt zu bedenken: Wer seine Bewerbungsunterlagen - inklusive Zeugnisse - ins Netz stellt, macht sie unter Umständen für jedermann zugänglich und sichtbar.

Viele Berufseinsteiger sind heute in der glücklichen Lage, zwischen verschiedenen Jobangeboten wählen zu können.

Mit Blick auf die sozialen Netzwerke liegt für Unternehmen das „Employer Branding“ - also die eigene Positionierung als Arbeitgeber - bisher an zweiter Stelle. Obgleich sie den Ruf ihrer Bewerber online ausloten, überprüft nur ein Drittel der Firmen, was über sie im World Wide Web geschrieben wird - etwa Beurteilungen ehemaliger Mitarbeiter.

Angesichts des wachsenden Arbeitskräftemangels sind viele Berufseinsteiger heute jedoch in der glücklichen Lage, zwischen verschiedenen Jobangeboten wählen zu können. Daher suchen die Bewerber abseits der Firmen-Websites nach ungeschönten, ungefilterten Informationen über die Unternehmen. So wird es für diese immer wichtiger, die eigenen Arbeitgeberqualitäten herauszustellen - beispielsweise via sozialem Netzwerk. (drn)



Auf dem Business-Netzwerk „Xing“ finden sich unzählige Erfahrungsberichte von Nutzern, die mithilfe der Plattform einen (neuen) Job gefunden haben.

- Herzlichen Glückwunsch, GrenzEcho -



Seit nunmehr 85 Jahren ein zuverlässiger Fels in der
Nachrichtenbrandung.
Darauf kann man stolz sein.

Das GrenzEcho wird 85. So lange schon gelingt es den Journalisten dieser Qualitätstageszeitung, tausende Leser tagein tagaus professionell und zuverlässig zu informieren. Wir bei der Belga News Agency wissen, welchen Einsatz dies verlangt, denn wir unterstützen sie seit zig Jahren. Und genau wie sie haben auch

wir uns nicht nur von der Zeit leiten lassen, sondern sind dieser auch ein ganzes Stück voraus gegangen. Bei einem Besuch auf belga.be können Sie sich davon überzeugen. Danke, GrenzEcho, für all die vergangenen Jahre. Und vor allem die, die noch kommen werden.



„Was geht in Aachen?“ Chefredakteur Lutz Bernhardt (links) bespricht mit der Redaktion die nächste „Klenkes“-Ausgabe.

Fotos: David Hagemann



Der „Klenkes“ heute: ein typisches Veranstaltungsmagazin mit Terminen, Ausstellungsbesprechungen und Theaterkritiken. Seit 2002 wird das Heft gratis verteilt.

Mediengeschichte: Das Stadtmagazin „Klenkes“ ist seit fast 40 Jahren fest in der Aachener Presselandschaft verwurzelt

„Wir gründeten unser eigenes Presseorgan“

VON LUTZ BERNHARDT

Beinahe jeder Tourist, der irgendwann mal Aachen besucht, nimmt zwei Dinge aus der Stadt mit: ein Päckchen Printen und die Anekdote vom Klenkes, dem kleinen Finger, der angeblich den Aachenern seit der Hochzeit der Nadelindustrie als Erkennungs- und Grußzeichen gedient hat. Der Ursprung dieser Grüß-Geschichte ist nicht überprüfbar - böse Zungen sprechen von einer zynischen Idee des Stadtmarketings.

Richtig ist nämlich, dass vor allem Frauen und Kinder aus Aachener Arbeiterfamilien im 18. und 19. Jahrhundert an missgebildeten kleinen Fingern litten. Sie mussten mit den kleinen Fingern stundenlang am Fließband fehlerhafte Nadeln aussortieren.

Weniger eine romantische, sondern eher eine gesellschaftskritische Haltung mag somit dazu geführt haben, dass eine kleine Gruppe von unzufriedenen RWTH-Studenten und -Assistenten im Sommer 1975 bei der Namensfindung für ihre kommunalpolitische Zeitschrift den „Klenkes“ wählten.

Das ist lange her, sagen die Protagonisten von einst. Aber interessanter Weise hat der „Klenkes“ überlebt. Wie manch ein Akteur vom Steinerwerfer zum Minister wurde, vollzog die Stadt-Zeitung - „Statt“ im Sinne einer Alternative zu den etablierten Zeitungen - den Wandel zum Stadtmagazin.

Verantwortlich im Sinne des Presserechts zeichnete bereits in der ersten Ausgabe des „Klenkes“ der heute 66-jährige Josef Heinrichs: „Wir wollten Gegenöffentlichkeit herstellen, weil die Zeitungen über vieles nicht berichteten, was die Aachener bewegt hat. Und so entschieden wir uns zur Gründung unseres eigenen Presseorgans.“

Der „Klenkes“ wurde zum Sprachrohr der Bürgerinitiativen, die damals einen großen

nicht statt“, sagt Heinrichs. Praktisch jede Interessensgruppe durfte sich einbringen, was dazu führte, dass eine Redaktionssitzung schon mal vierzig Teilnehmer zählte und einen ganzen Tag dauerte - jeder hatte Rederecht.

Eine Ausgabe kostete damals 50 Pfennige, und die Auflagen waren meistens in kürzester Zeit ausverkauft. Irrendwie ging das Konzept also auf. Und das führte den Gründerkreis schnell zu der Er-

haben. Seit Beginn der achtziger Jahre war der Tageskalender ein zentraler Bestandteil des Magazins. Nach und nach baute die Redaktion die Kulturreports auf und berichtete von Theaterpremierern und Ausstellungen, lieferte Film- und Plattenkritiken.

Als Ende der Achtziger die überregionalen Werbeagenturen die Leserschaft der Stadtmagazine entdeckten, wuchs auch der Umfang des „Klenkes“. Die monatlichen Ausga-

In dieser Zeit stieg das Eupener GrenzEcho als Partner beim print'n'press-Verlag ein. Damals entschieden sich Josef Heinrichs und GrenzEcho-Verleger Alfred Küchenberg dafür, aus dem „Klenkes“ ein Gratis-Heft zu machen und die Auflage zu steigern. Heinrichs: „Die Schwierigkeit bestand darin, dass wir als Kauftitel nur eine Auflage von etwa 10.000 Stück vorweisen konnten. Das war den nationalen Vermarktern zu wenig.“ Der einzige Weg

und der Euregio leben lässt.“ Der „Klenkes“ ist heute das Flaggschiff des print'n'press Verlags. An über 400 Auslagestellen wird er monatlich verteilt, wobei die Hefte in der Regel nach spätestens zehn Tagen vergriffen sind. Ergänzt wird das Heft von einem umfangreichen Angebot im Netz mit mehr als 2.000 regionalen Terminen, aktuellen Kinotrailern und

lokalen Wirtschaft bis zum Schützen- und Sportverein berichtet. Ebenfalls neu in der

Der „Klenkes“ ist heute das Flaggschiff des print'n'press Verlags.

„Klenkes“-Familie ist NEO, eine Zeitung für junge Erwachsene, die vier Mal pro Jahr erscheint und sich mit Popkultur, Lifestyle- und Karriere-Themen beschäftigt.

Ein wichtiges Aushängeschild des „Klenkes“ ist auch der verlagseigene Ticketshop, der sich mitten in der Stadt im Kapuzinerkarree befindet.

Konsequent hat der print'n'press Verlag in den vergangenen zehn Jahren sein service-orientiertes Portfolio weiter entwickelt. So erschien 2002 in enger Kooperation mit dem GrenzEcho-Verlag der „GastroGuide Euregio“, ein Restaurantführer für das gesamte Gebiet zwischen Maastricht, Lüttich und Aachen. Später wurde die Euregio Guide-Reihe weiter ausgebaut, ein Freizeit- und ein Shoppingführer kamen hinzu und werden nun jährlich neu herausgegeben.

Das Engagement der Ostbelgier wurde in den folgenden Jahren verstärkt und erwies sich für den print'n'press Verlag als wichtiger Baustein zur Stabilisierung. Heute arbeiten die Redaktionen des GrenzEcho und des „Klenkes“ bei der Produktion aller Titel, die inzwischen Eigentum des GrenzEcho sind, eng zusammen. Alfred Küchenberg: „Hiermit dokumentieren wir unsere euregionale Präsenz und schaffen eine bereichernde grenzüberschreitende Zusammenarbeit.“

In drei Jahren feiert der „Klenkes“ seinen vierzigsten Geburtstag. Hinter ihm liegt eine bewegte Geschichte.

Was die Zukunft bringt, das kann nur die Glaskugel sagen. Heinrichs: „Sicher ist, dass die Herausforderungen durch digitale Technologien bestimmt werden.“ Aber auch darauf, wird der „Klenkes“ reagieren - in welchem Format auch immer.



Seit der ersten Ausgabe dabei: 1975 gründeten Josef Heinrichs und seine Mitstreiter den „Klenkes“.



Redakteurin Belinda Petri koordiniert die Restaurant-Tests für die nächste „GastroGuide“-Ausgabe.



Klenkes Ticket im Kapuzinerkarree: Hier gibt es Eintrittskarten für regionale und internationale Events. Foto: pnp



Der print'n'press-Verlag bildet Mediengestalter und Journalisten aus. Katrin Cuber ist Azubine in der Grafik-Abteilung.

Josef Heinrichs zeichnet seit der ersten Ausgabe für den „Klenkes“ verantwortlich.

Zulauf hatten. „Eine Auseinandersetzung über Themen wie die Fahrpreiserhöhungen bei den Bussen oder die Abschaffung der Straßenbahn fand in der etablierten Presse einfach

kenntnis, dass die Arbeit professionell organisiert und vor allem finanziell auf sichere Füße gestellt werden musste. Der erste Schritt in diese Richtung war die Anschaffung einer eigenen Druckmaschine. Finanziert durch Kleinkredite, die die Gründer als Privatpersonen aufnahmen. Aus einem Hinterhof in der Oppenhoffallee ging es in ein altes Fabrikgebäude in der Oranienstraße, wo der herausgebende print'n'press-Verlag und die Redaktion bis heute ihren Sitz

ben erschienen regelmäßig mit weit über 100 Seiten. Diese ertragreiche Zeit dauerte lange genug an, sodass der „Klenkes“ sich im Bewusstsein der Aachener zu einer festen Größe in der regionalen Mediendlandschaft entwickeln konnte.

Allerdings zeigte sich gegen Ende der Neunziger, dass die Abhängigkeit von Tabak-, Alkohol- und Auto-Anzeigen fatal war. Immer häufiger blieb die überregionale Werbung aus, und damit wurde die Finanzierung des mittlerweile sehr aufwendig produzierten Magazins problematisch.

war, die Auflage auf über 30.000 Exemplare zu erhöhen und diese kostenlos zu verteilen. Heinrichs ist sich sicher: „Ohne diesen Schritt gäbe es den ‚Klenkes‘ heute nicht mehr.“

So viel zur Geschichte. Heute, fast vier Jahrzehnte nach seiner Gründung, ist der „Klenkes“ ein anderer, stellt Josef Heinrichs ohne Wehmut fest: „Von der Grundhaltung her sind wir immer noch kritisch, das ist geblieben. Aber heute sind wir in erster Linie ein reines Veranstaltungsmagazin, das den Aachenern sagt, wie gut es sich in dieser Stadt

Filmkritiken sowie Ausstellungs- und Theaterbesprechungen. Bekannt ist der „Klenkes“ auch als Veranstalter der Shuttle-Party, die zweimal im Jahr 8.000 Besucher in die Aachener Clubs und Diskos zieht, und der Langen Nacht der Museen.

Zweimal im Jahr erscheint eine Sonderausgabe jeweils zum Semesterbeginn, die sich speziell an die neuen Aachener, die Erstsemester, richtet. Im Zuge der Erweiterung des Produktportfolios veröffentlicht der Verlag seit 2011 außerdem „Klenkes Viertel“, ein Viertelmagazin, das von der



**Vergleichen Sie jetzt
Ihre aktuelle Autoversicherung
mit jener von Ethias.**

Ethias Eupen
Klötzerbahn, 24-26
4700 Eupen
Tel.: 087 59 10 00

Öffnungszeiten:

Mo. – Mi.: 9 - 12.15 Uhr – 13.30 - 16.45 Uhr
Do.: 9 - 12.15 Uhr – 13.30 - 17.45 Uhr
Fr.: 9 - 12.15 Uhr – 13.30 - 16.15 Uhr

Wir arbeiten auch auf Termin.

Ethias AG, rue des Croisiers 24, 4000 Lüttich. RJP Lüttich- MwSt.: BE 0404.484.654 - IBAN: BE72 0910 0078 4416 - BIC: GKCCBEBB

ethias
Zur richtigen Zeit das Richtige tun

MÖBELHAUS PALM – EIN BESUCH LOHNT SICH IMMER!



Nach Umbau jetzt im
neuen Look mit vielen neuen Ideen!

SIEMENS

W.SCHILLIG

revor
bedding

himolla
Polstermöbel

wössner
Die Essplatz-Marke

cásada
DIE NEUE FORM DER WOHNRUMS

THIELEMEYER
Markenmöbel aus Westenholz

prisma
meine Küche!

MB
Musterring

Ganz neu bei uns!

Lassen Sie sich
überraschen.

Der Weg nach
Büllingen lohnt sich.

M Ö B E L H A U S
palm
B Ü L L I N G E N

Morsheck 3
4760 Büllingen (Belgien)
Tel 00 32 - 80 64 05 50
Fax 00 32 - 80 64 22 49

Geöffnet täglich 8-18 Uhr

Sa+So 10-18 Uhr
mit Verkauf

WWW.MOEBEL-PALM.BE

Wir gratulieren zum Jubiläum!



So wichtig wie die Tageszeitung:
Die Dienstleistungen der DG

DG Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens
Täglich für Sie da: www.dglive.be / Bürgertelefon: 0800 23 0 32

Gemeinsam
viel erreicht

85 Jahre
GRENZECHO

FUNKINFORM **DIALOG**



Wenn alle im selben Boot sitzen, ist es wichtig, sich auf den anderen verlassen zu können. Erst dann werden Höchstleistungen möglich.

FUNKINFORM ist stolz darauf, seit vielen Jahren Technologiepartner für das GrenzECHO SA in Eupen im Bereich der digitalen Medienproduktion zu sein.

Wir gratulieren ganz herzlich zum Jubiläum und wünschen auch weiterhin viel Erfolg!

FUNKINFORM ist ein erfolgreicher Anbieter von Systemlösungen für Zeitungen, Zeitschriften sowie Nachrichtenportalen. Wir bedienen mit dem DIALOG-System alle Bereiche eines modernen Medienhauses.

FUNKINFORM

Informations- und Datentechnik GmbH

Rudolf-Plank-Straße 31, D-76275 Ettlingen
Telefon: +49 (0) 7243 595 0, Fax: +49 (0) 7243 595 200
E-Mail: info@funkinform.de, www.funkinform.de



Massenmedien: Kaum ein anderer Gesellschaftsbereich hat sich so dynamisch erweitert

Medien-Overkill?

Die Massenmedien haben sich in den vergangenen Jahrzehnten so dynamisch entwickelt wie kaum ein zweiter Bereich. Die digitale Revolution, ausgelöst durch die Erfindung des Computers, durchdrang alle Lebenswelten und veränderte unser Mediennutzungsverhalten grundlegend.

Während der Mensch zu Beginn des 20. Jahrhunderts seine Informationen fast ausschließlich aus Büchern und Zeitungen bezog, stehen ihm heute unzählige Kanäle zur Verfügung. Eine wahre Informationsexplosion. Denn mittlerweile ist mehr Wissen online gespeichert, als auf Papier gebannt.

In den 1920er Jahren drängten erstmals elektronische Medien in die Haushalte - zunächst das Radio, später das Fernsehen, das sich innerhalb kürzester Zeit zum beliebtesten Medium entwickelte und bis heute seine Stellung als solches behauptet. Seit der massenhaften Verbreitung des Computers fassen Kommunikationswissenschaftler ihre Definition weiter: Um den neuen Technologien gerecht zu werden, sprechen sie nicht länger von elektronischen, sondern von digitalen Medien.

Durch die fortschreitende Digitalisierung wurden die

vielen Geräte - seien es Computer, Fernseher oder Mobiltelefone - immer handlicher, sodass Mobilität beim Mediengebrauch eine wachsende Rolle spielt. Kabellose Internetverbindungen ermöglichen nicht nur in den eigenen vier Wänden Bewegungsfreiheit. Heute integriert schon ein winziges Handy beinahe alle klassischen Medien und macht es möglich, sie unterwegs an jedem Ort der Welt zu nutzen.

Medienkonsum hat sich annähernd verdoppelt.

1913 schrieb der Nürnberger Journalist Wolfgang Riepl in seiner Doktorarbeit über die Koexistenz der Medien. Er ging davon aus, dass ein Medium, das sich einmal bewährt hat, nicht mehr von einem anderen verdrängt oder ersetzt werden kann. Knapp 100 Jahre später hat diese These - in der Medienwissenschaft als Riepl'sches Gesetz bekannt - weiterhin Bestand. Obgleich die klassischen Medien, wie Zeitung oder Radio, schon mehr als einmal als totgesagt galten. Bisher konnten sie sich jedoch allen Unkenrufen zum Trotz behaupten. Zwar verlie-

ren tradierte Medienanbieter angesichts des Internets zunehmend an Relevanz. Aber das World Wide Web eröffnet ihnen auch neue Perspektiven, neue Distributions- und Vermarktungsstrategien.

Gemäß des Riepl'schen Gesetzes ist unser tägliches Zeitbudget für die Mediennutzung in den vergangenen Jahrzehnten stetig gestiegen. Mit jedem neuen Medium investieren wir etwas mehr Zeit. Allein in den letzten 30 Jahren hat sich der Medienkonsum der Bevölkerung annähernd verdoppelt und liegt heute bei knapp zehn Stunden am Tag: Zehn Stunden, die wir mit Lesen, Radiohören, Fernsehen oder Surfen im Internet verbringen. Nicht selten nutzen wir mehrere Medien gleichzeitig.

Trends wie diese sind vor allem für Medienschaffende von Bedeutung. Die ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation dokumentiert daher seit rund einem halben Jahrhundert die Mediennutzung und -bewertung der Bevölkerung im Nachbarland. Seit 1964 wird sie alle fünf Jahre durchgeführt und Probanden minutensweise zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Dabei erweiterte sich die Palette der berücksichtigten Medien mit

Blick auf das wachsende Angebot kontinuierlich. So wurde beispielsweise im Jahr 2000 erstmals das Internet in die Erhebung aufgenommen.

Damals verbrachte der Durchschnittsbürger täglich 13 Minuten im Netz. Seither ist die Nutzungsdauer deutlich in die Höhe geschneit.

Die aktuellste Studie im Jahr 2010 ergab daher, dass die Menschen inzwischen mehr als 80 Minuten am Tag online sind. Erwartungsgemäß nutzen die 14- bis 29-Jährigen, die von Kommunikationswissenschaftlern auch gerne „Digital Eingeborene“ genannt werden, das Internet besonders intensiv. Nach dem Fernsehen steht das WWW in ihrem Medienrepertoire an zweiter Stelle. 72 Prozent der befragten jungen Menschen würden, der Studie zufolge, das Internet stark vermissen.

Mehr als 80 Minuten am Tag online

Auch auf die Frage „Welches Medium würden Sie mit auf eine einsame Insel nehmen?“, lautet die Antwort immer öfter: das Internet. Als ausschlaggebend dafür sehen die Autoren der Studie die Erkenntnis, dass das Internet als All-in-One-Medium jede Art der Mediennutzung erlaubt.

Die klassischen Medien, insbesondere die Print-Medien, mussten dahingegen seit Beginn der Erhebungen einen starken Bindungsverlust hinnehmen - obgleich sie weiterhin ein durchaus positives Image genießen.

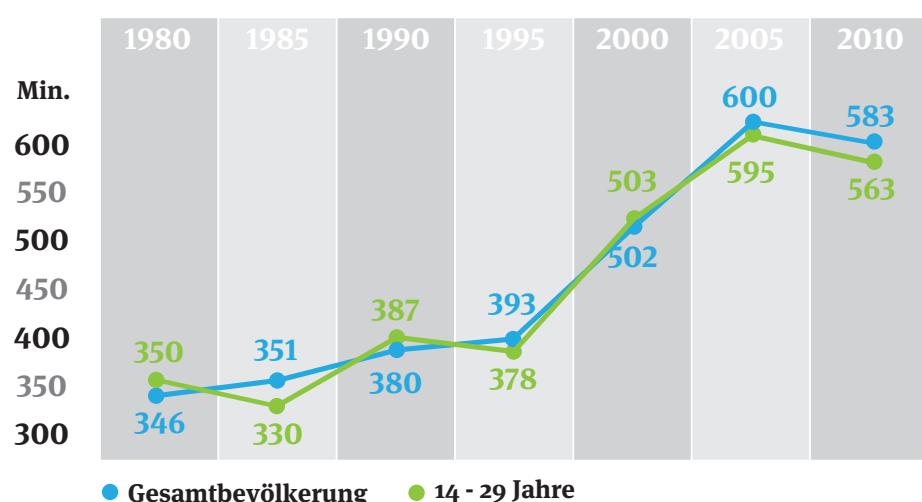
Während 1980 drei von vier Bundesbürgern täglich zu einer Zeitung griffen, sind es heute lediglich 44 Prozent. Nur noch 23 Minuten werden am Tag der Zeitungslektüre gewidmet - gegenüber 1980 ein Rückgang von 15 Minuten.

Konkurrenz haben die Tageszeitungen und Nachrichtenmagazine vor allem vom Internet bekommen. Doch anders als viele befürchteten, werden Online-Nachrichten nicht substitutiv, sondern vielmehr ergänzend zu traditionellen Zeitungen und Zeitschriften genutzt.



Entwicklung der Mediennutzung 1980 bis 2010

BRD gesamt*, Montag-Sonntag**, 5:00 - 24:00 Uhr, Personen ab 14 Jahre in Minuten pro Tag (brutto)



* Bis 1990 nur alte Bundesländer ** Der Sonntag wurde erst ab 1990 in die Erhebung aufgenommen

Quelle: ARD/ ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

Seit Aufkommen der elektronischen Medien ist der Medienkonsum stetig gestiegen, scheint nun jedoch sein Maximum erreicht zu haben.

An der Vorherrschaft des Fernsehens konnte aber auch das Internet (bisher) nicht viel ändern. Trotz der Vervielfachung des Medienangebots ist es nach wie vor das reichweitenstärkste Medium. 86 Prozent der Bürger schauen täglich fern. 97 Prozent der Haushalte besitzen mindestens ein Fernsehgerät. Die tägliche Sehdauer hat sich in den letzten vier Jahrzehnten annähernd verdoppelt. Fast vier Stunden (220 Minuten) werden täglich vorm Fernseher verbracht. Dazu trug nicht zuletzt die Schließung von Sendepausen und das Aufkommen des Privatfernsehens zu Beginn der 1990er Jahre bei. In der Studienwelle 2005 erreich-

te der Medienkonsum der Deutschen mit 600 Minuten sein bisheriges Maximum und scheint nun auf diesem Niveau zu stagnieren (Vgl. 2010: 583 Minuten). Dabei konnten sich seit 1980 vor allem die nichttagesaktuellen Medien anteilig im Medienzeitbudget behaupten. Das Internet baute seinen Anteil - zu Lasten der tagesaktuellen Medien - kontinuierlich aus und schickt sich an, sie zu verdrängen. Ob ihm das gelingt und somit das Riepl'sche Gesetz widerlegt werden kann, hängt davon ab, wie die Bedürfnisse der Nutzer am komfortabelsten befriedigt werden.

Derzeit zeigt der Trend in Richtung Mobilität. (drn)

Schrumpfungprozesse: Um das Jahr 1900 gab es 105 Tageszeitungen, heute sind es noch 16

Seit Staatsgründung 1830 sank die Zahl der

VON JOSEF LEHNEN

Nach der Unabhängigkeit Belgiens im Jahre 1830 hat sich die Presse schnell und sehr stark entwickelt. Am Ende dieser Entwicklung gab es um das Jahr 1900 über 1.100 Zeitungen, darunter 105 Tageszeitungen. Sie deckten das gesamte ideologisch-politische Spektrum ab, das von erzkonservativ-katholisch, über liberal bis sozialistisch und kommunistisch reichte. Mit Beginn des 20. Jahrhunderts begann aber die Pressekonzentration. Die Zahl der Publikationen sank und die Verleger schlossen sich zu Pressegruppen zusammen. Diese Entwicklung setzte sich auch nach dem Zweiten Weltkrieg fort. In den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts gab es nur noch 25 Tageszeitungen, verteilt auf elf Pressegruppen. Heute teilen sich deren sechs die 16 verbliebenen Tageszeitungen. Erklärt wird diese Entwicklung vor allem mit dem Aufkommen von Funk und Fernsehen. Und mit der Konzentration der Zeitungen verschwand auch fast die gesamte Meinungspressen. Es war eben wirtschaftlich riskanter, sich einer allgemeinen, politisch nicht oder kaum gefärbten Information zu verschreiben.

Abhängigkeit von Werbung nimmt Zeitungen gleichzeitig das Profil.

Der Erste Weltkrieg hatte keinen großen Einfluss auf die Presse in Belgien gehabt. Nach diesem Krieg wurden Zeitungen, die zum Teil neu gegründet worden waren und kollaboriert hatten, verboten. Zeitungen, die auf „Tauschstation“ gegangen waren, konnten wieder erscheinen. Dazu gehörten beispielsweise die flämisch-katholischen Blätter „Het Volk“ und „Gazet van Antwerpen“, die liberale Tageszeitung „Het Laatste Nie-

uws“ und die sozialistische Zeitung „Vooruit“. Auf frankophoner Seite gab es u. a. und hauptsächlich „La Libre Belgique“ (katholisch), „La Dernière Heure“ (liberal) und „Le Peuple“ (sozialistisch). „Le Soir“ und „La Meuse“ galten als „neutral“. Neu waren nach Kriegsende „De Standaard“ und „Vers L'Avenir“. Kennzeichnend für die belgische Presse zwischen den beiden Weltkriegen war, dass es sich bei den Tageszeitungen noch weitgehend um eine Meinungspressen handelte. Innerhalb der politischen Familien gab es aber auch ein breites Spektrum an Blättern, die nicht nur auf sozialer und wirtschaftlicher Ebene konkurrierten, sondern sich um heiße Themen kristallisierten. Diese Themen liefen auch quer durch die Parteien, wobei, los von den politischen Parteien, ideologische Unterschiede auftauchten. Zum Beispiel schlossen sich im Schulstreit sozialistische und liberale Blätter gegen die christlichen zusammen. Die Zeitungen entwickelten sich zudem zu sogenannten Massenblättern, nicht zuletzt dank neuer Drucktechniken, billigerem Papier und neuen Themen in der Berichterstattung (Sport, Regionales) und in der Werbung. Nach dem Zweiten Weltkrieg spielten die ideologischen und politischen Ausrichtungen der Zeitungen immer weniger eine Rolle. Nach und nach wurden die Bande zu den politischen Parteien und auch zu den Gewerkschaften hin gekappt. Man wollte den Leser informieren und nicht mehr unbedingt überzeugen. Doch damit wurden die Zeitungen immer abhängiger von der Werbung. Sie verloren ihr Profil. Vielleicht wurde auch damit der Weg frei für weitere Pressekonzentrationen. Und umgekehrt: Der selben Pressegruppe gehörten Blätter unterschiedlicher Konvenienz. Vorher aber waren zahlreiche Blätter von der Justiz aus dem Verkehr gezogen



Die sozialistische Tageszeitung „Le Peuple“ verurteilt am 11. Mai 1940 aufs Schärfste den Einfall der deutschen Armee.

worden. Kollaborationszeitungen, die während des Zweiten Weltkriegs gegründet worden waren, erhielten von einem Sonderkriegsgericht ein endgültiges Publikationsverbot: „Volk en Staat“, „Het Vlaemsche Land“, „De Gazet“, „Le Pays Réel“, „L'Avenir“ und „Le Nouveau Journal“. Aber auch Zeitungen, die unter deutscher Zensur weitergeführt worden waren, mussten ihr Erscheinen (einige davon vorübergehend) einstellen. Dazu gehörte auch „De Standaard“. Als einzige flämische Zeitung konnte „Het Laatste Nieuws“ nach der Befreiung sofort wieder erscheinen. Zwischen 1944 und 1947 wurden auch ungefähr 20 Zeitungen gegründet, doch 16 überlebten noch keine zwei Jahre. Es behaupteten sich „De

Nieuwe Standaard“ (später wurde daraus „De Nieuwe Gids“), „De Rode Vaan“, „La Lanterne“, die regionalen Zeitungen von „Le Rappel“, „L'Écho du Centre“ und „Le Journal de Mons“. Einige Zeitungen, die ihr Erscheinen zu Beginn der deutschen Besetzung eingestellt hatten, überlebten den Krieg nicht, darunter „Gazet van Gent“ und „Le Journal de Liège“, die liberale „L'Indépendance Belge“ und „Le Vingtième Siècle“ (katholisch und antiflämisch). Waren 1939 noch 65 Tageszeitungen erschienen, so war deren Zahl 1945 auf 55 geschrumpft. Und das Sterben im Blätterwald sollte weitergehen. 2007 gab es nur noch 22 Tageszeitungen und fünf selbstständige Tageszeitungsunternehmen.

„La Cité“, „La Wallonie“, „Le Peuple“ und andere Zeitungen konnten sich nicht behaupten.

Fusion, Integration und Konsolidierung wurden in der geschriebenen Presse in den letzten Jahrzehnten des vergangenen Jahrhunderts gleichbedeutend mit einem Schrumpfen ihres bisherigen pluralistischen Charakters. Als positiv kann man allerdings die Tatsache bezeichnen, dass dadurch mehrere Titel vor dem Bankrott bewahrt wurden. Wie dramatisch Medienkonzentration sein kann, bewies 1967 „La Libre Belgique“, als diese Zeitung „La Ga-

zette de Liège“ kaufte, und dieser Titel schon einen Tag nach dem Kauf verschwand. Anders machte es die ehemalige Standaardgroep, die 1975 „Het Nieuws van den Dag“ kaufte, den Titel aber bis 1966 bestehen ließ, allerdings dann mit fast dem gleichen Inhalt wie „Het Nieuwsblad“. Das geschah auch mit „Het Handelsblad“ (1957) und „Het Volk“ (1994). Zeitungen, die von einer Mediengruppe aufgekauft wurden, aber ihren bisherigen Titel behalten durften und somit nicht verschwanden, gab es auch. Davon zeugen »De Morgen«, »De Tijd« und »L'Écho«. Die lange, aber noch unvollständige Liste der Zeitungstitel, die im vergangenen 20. Jahrhundert verschwanden



Die Vervierser Tageszeitung „Le Jour“ konnte nicht auf eigenen Füßen fortbestehen.



„La Libre Belgique“ hat sich allen Schwierigkeiten erfolgreich widersetzt.

Tageszeitungen ständig

sind, zeugt von der Dramatik dieser Entwicklung: „La Cité“, „La Wallonie“, „Le Gaulois“, „Le Petit Belge“, „Le Pays Wallon Illustré“, „Le Peuple“, „La Lanterne“, „L’Echo de la Bourse“ wurde „L’Echo“, „La Libre Belgique“ wurde „La Libre“, „Le Vingtième Siècle“, „La Nation Belge“, „Le Pays Réel“, „L’Universel“, „Le Patriote“, „Le National“, „L’Étoile Belge“, „Les Archives Belges“, „L’Indépendance Belge“, „La Gazette“, „La Gazette de Charleroi“, „Le Journal de Liège“, „Le Journal de Mons“, „La Chronique“, „Le Journal de Bruxelles“, „Le Courrier de Bruxelles“, „Le Messenger de Bruxelles“, „Courrier des Pays-Bas“, „Le Petit Bleu“.

Standardwerk „Radioscopie“ gilt seit Jahrzehnten als wichtigste Informationsquelle.

Davon klingen wohl einige Titel dem Leser ganz besonders im Ohr nach, vor allem die mit französischer Resonanz. 1972 erschien das Buch „Radioscopie de la presse belge“ von René Campé.

Der RTBF-Journalist hatte zusammen mit Rundfunkkollegen zuerst eine Sendeserie über die belgische Presse erstellt, die Inhalte danach in einem Buch zusammengefasst. Das bei Marabout erschienene Buch wurde zu einem Standardwerk.

Es bedurfte eines Vierteljahrhunderts, ehe ein weiteres über die belgische Presse erschien. Verfasst wurde dieses von Jean-François Dumont, Benoît Grevisse und Gabriel Ringlet. Sie kamen zu dem Schluss, dass sich in diesen (nur) 25 Jahren das Gesamtbild der belgischen Tageszeitungen vollkommen änderte. Sie gaben Unternehmensbankrott und Fusionen die Schuld an dieser Entwicklung. Und der Pluralismus war das Hauptopfer. Die Autoren erinnern an die wichtigsten Opfer: „Le Drapeau rouge“, „La Cité“,

„Le journal Indépendance-Le Peuple“, „La Wallonie“, „L’Avenir du Tournaisis“, „Le Matin“, „La Métropole“, „De Gazet van Mechelen“, „Vooruit“, „De Nieuwe Gazet“, „De Nieuwe Gids“.

Es fällt auch auf, dass die frankophone sozialistische Presse vollkommen von der Bildschirmfläche verschwunden ist. Auch die christlichen Gewerkschaftszeitungen starben einen sicheren Tod. Dabei erinnert man sich vor allem an den Untergang von „Le Peuple“ und „La Cité“.

Heute gilt „De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladen gisteren, vandaag en morgen“ als die Referenz. Geschrieben wurde es von Els De Bens und Karin Raeymaeckers. Darin ist dem Untergang der sozialistischen Presse sogar ein eigenes Kapitel gewidmet. Für die beiden flämischen Professorinnen (Gent) wird in Belgien den Zeitungen noch immer ein jahrhundertaltes, heute aber überholtes Etikett aufgeklebt: katholisch, liberal, sozialistisch. Ausgenommen davon sind „Le Soir“, „La Meuse“, „La Lanterne“ und die beiden Finanzzeitungen „De Tijd“ und „L’Écho“.

Doch schon seit 1995 befinden sich auf dem flämischen Markt keinerlei Zeitungen mehr, die einer Partei oder einer Gewerkschaft angehören. Bis 1986 gehörte „De Morgen“ noch der flämischen sozialistischen Partei, und die flämische christliche Gewerkschaft verkaufte „Het Volk“ 1994 an die Vlaamse Uitgeversmaatschappij.

„La Cité“ kämpfte lange vergebens.

1986 verschwand „La Cité“ vom Markt, bis dahin Eigentum der wallonischen christlichen Gewerkschaft (CSC). Bis zum Jahre 2006 besaß das Bistum Namur auch noch Anteile an dem flämischen Me-

di@bel-Konzern, heute in Händen von Corelio. Bis in die Achtzigerjahre des vergangenen Jahrhunderts befand sich die sozialistische Presse („Le Peuple“, „Le Journal et Indépendance“, „La Wallonie“) in Händen der PS und der sozialistischen Gewerkschaften. „Le Peuple“ und „Le Journal et Indépendance“ gingen dann aber eine Allianz mit dem Verlag Rossel ein und fusionierten 1998 zu einer neuen Zeitung: „Le Matin“. Diese war aber dem Untergang geweiht, und so verschwand 2001 das letzte links-progressive Blatt der Wallonie.

Heute sieht die Lage wie folgt aus. Im frankophonen Teil Belgiens teilen sich drei große Pressegruppen den Markt der Tageszeitungen: Rossel, Les Éditions de l’Avenir und IPM.

Les Éditions de l’Avenir befindet sich in Händen der Gesellschaft Corelio mit Sitz in Flämisch-Brabant (Groot-Bijgaarden). Die beiden anderen haben ihren Sitz in der Brüsseler Region und befinden sich in den Händen der beiden Herausgeberfamilien Hurbain und Le Hodey.

Die Groupe Rossel ist zurzeit die größte Pressegruppe. Dazu gehören auch die regionalen Tageszeitungen der Groupe Sud Presse („La Meuse“, „La Capitale“, „La Nouvelle Gazette“). Die bedeutendste Rossel-Zeitung ist „Le Soir“. Diese Führungsposition kann die Groupe IPM auch mit dem Massenblatt „Dernière Heure“ und der Qualitätszeitung „La Libre Belgique“, Rossel nicht streitig machen. IPM befindet sich im Besitz der Familie Le Hodey.

Auf regionaler Ebene ist die Groupe des Editions de l’Avenir tätig. Ihr gehören neun regionale Ausgaben, darunter „L’Avenir Verviers“, „L’Avenir Luxembourg“. Sie erscheinen seit Juni 2010 unter dem gleichen Mantel „L’Avenir“. Les Éditions de l’Avenir gehört der Holding Corelio, die sich ihrerseits in Händen von Synvest (40,31 %), Cécian (20 %), Kran-

tenfonds (13,14 %) und De Eik (11,84 %) befindet.

Und damit wäre auch der Übergang zu Flandern geschafft. Auch auf der flämischen Seite teilen sich drei Pressegruppen den Tageszeitungsmarkt, reißen sich geradezu darum: Corelio (ehemals VUM), Persgroep und Concentra. „De Standaard“, „Het Nieuwsblad“ und „De Gentenaar“ gehören Corelio, die auch Magazine herausgibt und sich in der wallonischen Region niedergelassen hat.

Allen gemeinsam bleiben die Sorgen wegen sinkender Einnahmen.

Die beiden Regionalzeitungen „Gazet van Antwerpen“ und „Belang van Limburg“ gehören der Gruppe Concentra, die ebenfalls Magazine herausgibt. Und zur Persgroep zählen „De Morgen“ und „Het Laatste Nieuws“, die auflagenstärkste belgische Tageszeitung überhaupt.

„De Tijd“ und „L’Écho“ sind teilweise Eigentum von Rossel. A propos: Während man die Tageszeitungen fast an den Fingern beider Hände abzählen kann, gibt es auf dem Zeitschriften- und Magazinmarkt über 10.000 Titel. Die belgischen Tageszeitungen müssen sich zurzeit mehreren Herausforderungen stellen.

Dazu gehören deren kostenintensive elektronischen Ausgaben im Internet, die kostenlosen Online-Informationen und der Erfolg der kostenfreien Tageszeitung „Metro“. Weiter haben sie mit sinkenden Verkaufszahlen und spärlicher fließenden Werbeeinnahmen zu kämpfen. Alle diese Faktoren zusammengenommen lassen noch folgende Zusammenschlüsse im Blätterwald erahnen.



„Radioscopie de la presse belge“, 1975, bietet eine Fülle von Informationen zur belgischen Pressegeschichte.



„De Pers in België“, Lannoo 2001.



In Flandern glückte die Gründung einer neuen Tageszeitung: „De Morgen“.



Mir „La Cité“ musste ein wichtiges Organ der engagierten Meinungspressen aufgeben.



mediaconcept
full service media



Der **BRF** Vermarkter.

www.mediaconcept.be

Mediaconcept PGmbH ■ Kehrweg 11 ■ B-4700 Eupen
T. +32 (0)87/59 11 06 ■ F. +32 (0)87/59 11 99 ■ M. office@mediaconcept.be

BRF

www.brf.be

Happy Birthday
liebes GrenzEcho!

Es **gratuliert** der **BRF**
Der meistgehörte Radio-
sender Ostbelgiens

(QUELLE FORSA, APRIL 2012)



BEST WESTERN
Ambassador Bosten *****

**Weihnachten
&
Sylvester**

Festliche Menüs an allen Tagen
Große Sylvester-Gala mit Buffet und Tanzorchester
Traditionelles Sauerkrautessen zu Neujahr

Mehr Infos : www.ambassador-bosten.be oder 087/74.06.00



Betten zum Träumen !

**EIGENHEIMKREDIT
GESELLSCHAFT A.G.**
Anerkannt durch die Wallonische Region

Zinssätze ab 2,50%*

* (gemäß Lage der Immobilie, weniger Reduktion auf 8 Jahre oder 0% Zins auf Teil des Darlehens, 8 Jahre, dann Hälfte des Zins auf 4 Jahre, tiefstmöglicher Zinssatz 1,50%)

Hypothekendarlehen mit dem besten Festzinsatz ohne Bankverpflichtungen bis 110%, ohne Zinserhöhung, bis 30 Jahre fest

Rue des Arsilliers 26 • Tel. 080/33 06 25
GSM 0477/24 13 80 Fax 080/33 06 56 (L. Kuckartz)
schs.malmedy@skynet.be

Auch Termine bei Ihnen, nachmittags oder abends.
Jeden 3. Mittwoch im Monat von 14-16 Uhr
Sprechstunde in St.Vith, Rathaus-Seiteneingang.
** Zinssätze seit 24. September 2012

ACHTUNG: Geld leihen kostet Geld.



Jeder Mensch verbringt etwa 27 Jahre seines Lebens im Bett mit Schlafen und Erholen.
Schon immer war ein bequemer und erholsamer Schlaf ein wichtiger Bestandteil im Tagesablauf.

Aus welchen Gründen man sich nun für welches Bett entscheidet, wichtig sind neben einem Maximum an Komfort auch die Qualität des verwendeten Materials, dessen Verarbeitung und das Design.

ausgestellt in St.Vith



magnitude
Handmade bedding



Ihr Bett wird zu einer Notwendigkeit und verschafft Ihnen viele kostbare, entspannende Schlafstunden - über viele Jahre hinweg.

Wir haben die schönsten Betten für Sie in unserem Sortiment, exklusive Handarbeit, qualitativ hochwertige Modelle, passende Bettwäsche und Accessoires. Unsere Betten garantieren eine lange Lebensdauer und einen erholsamen Schlaf.

ausgestellt in Weiswampach

HICK **Elektroanlagen für Industrie und Privat**

ELEKTRO Wilfried HICK

SPRL/PGmbH

Verkauf von Elektromaterial

4730 RAEREN • Hochstraße 50 • Tel. 087/85 21 28

St. Vith
MÖBEL CENTER

www.moebelcenter.be

B - 4780 ST.VITH
Luxemburger Str. 54
Tel. + 32 (0)80 228 902

Täglich von 9.00 bis 18.30 Uhr,
sonntags von 11.00 bis 18.00 Uhr
geöffnet.

L - 9991 WEISWAMPACH
73, Gruuss-Strooss
Tel. + 352 24 83 68 1

Täglich, auch sonntags von 10.00 bis
18.30 Uhr geöffnet.

**Thommessen
INTERIEURS**

www.thommessen.lu

Auf Wunsch auch Beratung bei Ihnen zu Hause durch unsere Innenarchitektin

85 Jahre
GrenzEcho

Die HUP AG, Ihr Partner für Verlagssoftware, gratuliert herzlich zum 85-jährigen Jubiläum und wünscht viel Erfolg für die Zukunft!

Auf weiterhin gute Zusammenarbeit!

HUP

F-E-R-A-G

Christoph Brüll: Henri Michel und Kurt Grünebaum zollten Klaus Pabst, Heinz Doepgen und Martin R. Schärer frühe Anerkennung

Drei Standardwerke für Eupen-Malmedy

VON CHRISTOPH BRÜLL

Als in den 1960er und 1970er Jahren die ersten wissenschaftlichen Studien zur Epoche 1918-1940 erschienen, gingen mit Henri Michel und Kurt Grünebaum zwei Zeitzeugen recht ausführlich auf diese Veröffentlichungen ein.

Die Gründung des GrenzEchos als Sprachrohr der Katholischen Partei und resoluter Verfechter der belgischen Interessen im Ostbelgien der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen war ja überhaupt nur im Kontext der damaligen schwierigen politischen und gesellschaftlichen Konstellation zu verstehen. Die Dissertation des deutschen Historikers Klaus Pabst zu „Eupen-Malmedy in der belgischen

Regierungs- und Parteienpolitik 1914-1940“ erschien im Jahr 1964 in der Zeitschrift des Aachener Geschichtsvereins. Damit lag die erste ausführliche Analyse dieser Zeitspanne vor, die allerdings nur auf den deutschen Archiven beruhte, da die belgischen Dokumente noch der Sperrfrist unterlagen. Henri Michel widmete dem Buch zwischen Dezember 1964 und Februar 1965 nicht weniger als zehn Artikel. Er bescheinigte Pabst „beispielhafte Objektivität“ und nannte es – für einen Zeitzeugen nicht gerade üblich – einen Vorteil, dass der dreißigjährige Pabst zu jung sei, um die „sturmbewegten Zeiten“ persönlich erlebt zu haben.

Die wohlwollende Aufnahme des Werks durch den da-

maligen GE-Direktor wurde neben der unbestreitbaren Qualität der Arbeit sicherlich auch durch die Würdigung der Rolle der Zeitung in den 1930er Jahren bestimmt. Für Pabst hatte sich das Blatt „als eine der wirksamsten Waffen der Katholischen Partei“ erwiesen, das zum Kampf gegen den prodeutschen Revisionismus und zur Verbreitung „eines belgischen Staatsbewusstseins“ erheblich beigetragen habe.

Zwei Jahre nach dem Buch von Pabst griff der Bonner Historiker Heinz Doepgen in seiner Dissertation „Die Abtretung des Gebietes von Eupen-Malmedy an Belgien im Jahre 1920“ die Umstände des vom Versailler Vertrag bestimmten Staatenwechsels auf. Kurt

Grünebaum, den man als einen der besten Kenner der deutsch-belgischen Beziehungen bezeichnen kann, lobte in zwei Besprechungen im Juni und Dezember 1966 die Umsichtigkeit und Objektivität des Verfassers, der „einen anerkennenswerten Abstand von allem überholten Volkstums-, Brauchtums- und Sprachendusel“ gewahrt habe.

Die dritte zu nennende Dissertation ist das 1975 (bzw. in einer Neuauflage 1978) publizierte Buch des Schweizer Historikers Martin R. Schärer „Deutsche Annexionspolitik im Westen. Die Wiedereingliederung Eupen-Malmedys im Zweiten Weltkrieg“. Hier rückten erstmals die Annexion vom Mai 1940 und die Kriegsjahre in den Fokus der For-

schung. In einer Besprechung im Juli 1974 bescheinigte Kurt Grünebaum auch hier „größte Objektivität“. In seinem Kommentar zu einem Vortrag Schäfers in Eupen im März 1976 stellte der Eupener Geschichtslehrer Hans Havenith fest, „dass es heute auch an geschichtlich fundierten [...] Arbeiten über die ersten Nachkriegsjahre in unserem Gebiet fehlt“. Diese Beobachtung sollte bis weit in die 1990er Jahre gültig bleiben.

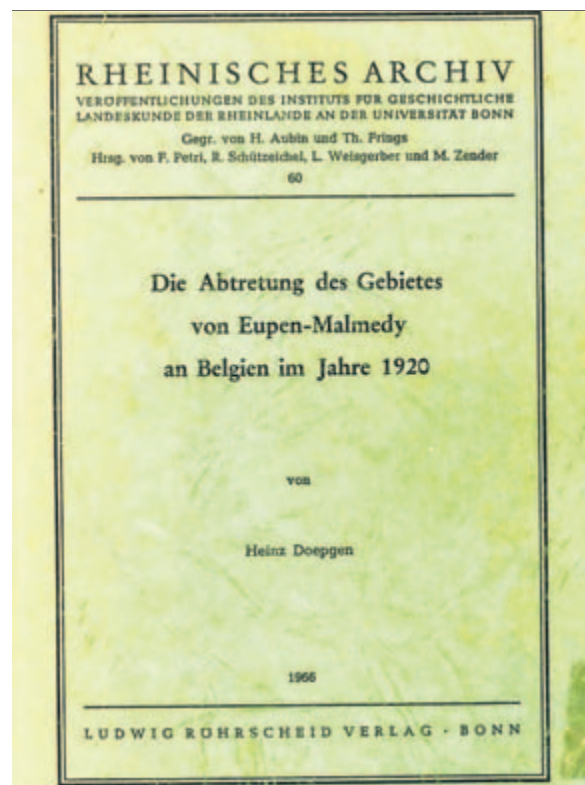
Allen Arbeiten war gemein, dass ihre Verfasser nicht direkt aus dem Gebiet stammten, über das sie schrieben, dass sie jedoch verwandtschaftliche Verbindungen dorthin hatten. Während Doepgen die Archivarslaufbahn einschlug und Schärer in

der Schweiz das Museum „Alimentarium“ aufbaute, war Klaus Pabst der einzige, der auch später noch Veröffentlichungen zur Geschichte der deutsch-belgischen Grenzregion vorlegte und zum „Nestor“ der ostbelgischen Geschichtsschreibung wurde.

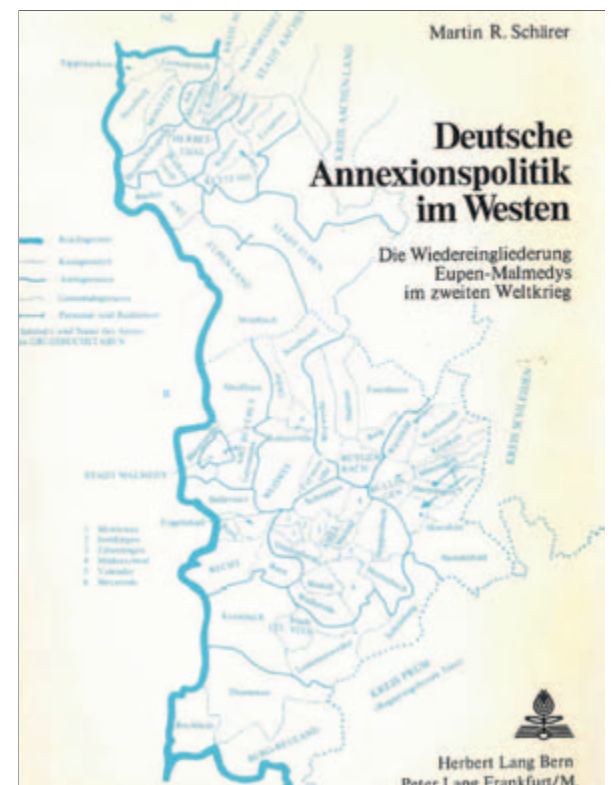
Bis heute sind alle drei Bücher aufgrund ihrer Akribie und Ausgewogenheit Standardwerke geblieben. Inwiefern die Berichterstattung des GrenzEchos die seinerzeitige Rezeption der Bücher durch die deutschsprachigen Belgier beeinflusst hat, muss offen bleiben – und damit auch, wie die Zeitung, die selbst ein Kind der hier beschriebenen historischen Entwicklungen war, ostbelgische Geschichtsbilder bestimmte.



Klaus Pabst: Eupen-Malmedy 1914-1940



Heinz Doepgen: Eupen-Malmedy 1920



Martin Schärer: Eupen-Malmedy 1940-1945

Klaus Pabst: Persönliche Bindungen hielten Interesse für Eupen-Malmedy und die Deutschsprachige Gemeinschaft aufrecht

Zur Doktorarbeit auf den Dachboden des Vervierser Rathauses

Klaus Pabst, 1934, in Aachen geboren, lebt heute in Kerpen im Ruhestand. Er stammt aus einer Raerener Familie und widmet der Geschichte Ostbelgiens in seinen Veröffentlichungen viel Aufmerksamkeit. Zu seiner Doktorarbeit (siehe oben) beantwortet er einige Fragen von Heinz Warny:

Wie fiel Ihre Wahl auf dieses Thema, und wie kam es überhaupt zur Veröffentlichung als Buch?

Pabst: Die meisten Historiker haben eine persönliche Beziehung zu ihrem Lieblingsthema, die deshalb auch für dessen Wahl ausschlaggebend war. In meinem Fall ist das die Herkunft meiner Familie aus Raeren, wo auch mein Vater geboren ist und seine von mir oft besuchten Geschwister bis um 1980 lebten, und dazu meine eigenen Erinnerungen an ein Lebensjahr in Eupen, wo ich bis zum Einmarsch der Amerikaner im September 1944 auch zur Schule gegangen bin.

Für Ihr Buch „Eupen-Malmedy in der belgischen Regierungs- und Parteienpolitik 1914-1940“ mussten Sie auf noch nicht zugängliche belgische Archive Rücksicht nehmen. Welche Quellen standen Ihnen zur Verfügung? Haben Sie in der Folgezeit zu-

sätzliche Archive eingesehen, als sich diese öffneten?

Pabst: Die maßgebenden belgischen Archive hatten am Ende der 1950er Jahre noch lange Sperrfristen, oft noch längere als die heute üblichen 30 Jahre. In Deutschland war das nicht der Fall, weil die westlichen Alliierten die bei Kriegsende von ihnen beschlagnahmten deutschen Akten nur unter der Bedingung zurückgegeben hatten, dass sie der Forschung ab sofort frei zur Verfügung standen. So konnte ich mich im Bundesarchiv und im Politischen Archiv des Auswärtigen Amtes auf einen reichhaltigen Aktenbestand über „Eupen-Malmedy“ stützen, ergänzt um zahlreiche an sich noch gesperrten Unterlagen im Hauptstaatsarchiv Düsseldorf und im Archiv des Landschaftsverbands Rheinland, für deren Benutzung ich sogenannte Ministerialerlaubnis erhalten hatte. In Düsseldorf konnte ich sogar belgische Akten wie die Memoiren des Generals Baltia in Kopien einsehen, die während des Krieges von der deutschen „Archivschutzkommission“ im belgischen Generalarchiv angefertigt und in Düsseldorf deponiert worden waren. Dazu kamen verschiedene private Nachlässe und nicht zuletzt die reichhaltige Sammlung deutscher und belgischer Zei-

tungsausschnitte des ehemaligen Büllinger Gemeindegerechts Wilhelm Benker im Bundesarchiv, die dieser in zwei Jahrzehnten mit viel Eifer zusammengetragen hatte. Für die belgische Seite musste ich mich damals noch vielfach auf gedruckte Literatur stützen, die ich vor allem in der Universitätsbibliothek Lüttich benutzte. Unvergesslich bleibt mir auch die Arbeit bei großer Sommerhitze auf dem Dachboden des Rathauses von Verviers, wo die nächsten für mich erreichbaren Exemplare der „Annales parlementaires“ und des „Moniteur“ der Vorkriegszeit mit dem Wortlaut der Kammerdebatten und Gesetzestexte über Eupen-Malmedy standen. Da musste man oft erst einmal die Spinnweben entfernen, um an die jahrelang nicht mehr benutzten Bücher heran zu kommen.

Wie wurden Ihnen die Eupen-Malmedy-Veröffentlichungen von Heinz Doepgen und Martin R. Schärer bekannt? Haben Sie nachfolgend noch Erfahrungen mit ihnen ausgetauscht?

Pabst: Heinz Doepgen hat seine Arbeit bei dem Luxemburger Prof. Dr. Jean Schoos an der Universität Bonn geschrieben, was sich auch im benachbarten Kölner Seminar herum sprach. Und Martin Schärer,

der über seinen Onkel (evangelischer Pfarrer in Eupen) an das Thema gekommen war, ist schon frühzeitig an mich heran getreten, und wir haben uns über den Fortgang seiner Arbeit vielseitig ausgetauscht. Auch nach deren Erscheinen sind wir bis vor wenigen Jahren stets in Verbindung geblieben, während Heinz Doepgen schon vor längerer Zeit verstorben ist.

Martin R. Schärer ist Schweizer, Heinz Doepgen und Sie haben als Deutsche über Eupen-Malmedy nachgeforscht und veröffentlicht. Weshalb, glauben Sie, wagten sich die Belgier selbst erst spät und eher zögernd an dieses Thema heran?

Pabst: Es gab schon kleinere altbelgische Veröffentlichungen aus der Nachkriegszeit wie die von Pierre Maxence (um 1958). In den von ihrer jüngsten Vergangenheit traumatisierten Ostkantone selbst war das Thema aber bis in die 1970er Jahre hinein tabu, wie ich auch selbst in vielen Gesprächen mit Zeitzeugen feststellen musste. Da musste erst eine neue Generation heranwachsen, die von den Erfahrungen ihrer Eltern und Großeltern persönlich nicht mehr belastet war.

Welches sind die wichtigsten

Unterscheidungen zwischen den drei genannten Büchern?

Pabst: Alle drei haben ihre Schwerpunkte in verschiedenen Zeitabschnitten. Doepgen hat vor allem über die Volksbefragung von 1920 und damit über den Anfang der Baltia-Zeit geschrieben, und Schärer über die zweite „deutsche“ Zeit von 1940 bis 1945, während ich mich vor allem um die dazwischen liegenden Jahrzehnte gekümmert habe.

Ich vermute, diese Veröffentlichungen sind seit langem nur noch antiquarisch zu finden.

Pabst: Ja, man findet sie gelegentlich noch in Antiquariaten, auf Büchermärkten oder im Internet. Aber sie stehen auch in vielen öffentlichen Bibliotheken, wo sie jederzeit einsehbar sind.

Haben Sie inzwischen niemals an eine ergänzte Neuauflage gedacht?

Pabst: Doch, der Gedanke ist mir, auch auf Grund von Anregungen aus der heutigen DG, schon oft gekommen. Aber das würde bedeuten, dieses Buch, nicht zuletzt wegen der inzwischen zugänglichen belgischen und zahlreicher anderer neu hinzugekommener Quellen praktisch ganz neu zu schreiben. Und dazu reichen Zeit und Kräfte in meinem Al-

ter wohl nicht mehr aus.

Welches könnten die Gründe dafür sein, dass bis heute noch kein mit Ihrem Buch vergleichbares, aktuelleres vorliegt?

Pabst: Mit dem Vergleichen ist das so eine Sache, da möchte ich mich als Betroffener ungern zu äußern. Aber es gibt inzwischen eine Fülle von guten Veröffentlichungen zu einzelnen Themen, auf deren Grundlage vielleicht auch einmal wieder eine Gesamtdarstellung entsteht.

Bleibt Eupen-Malmedy für Sie auch heute noch ein wichtiges Betätigungsfeld in Ihren Nachforschungen und Veröffentlichungen?

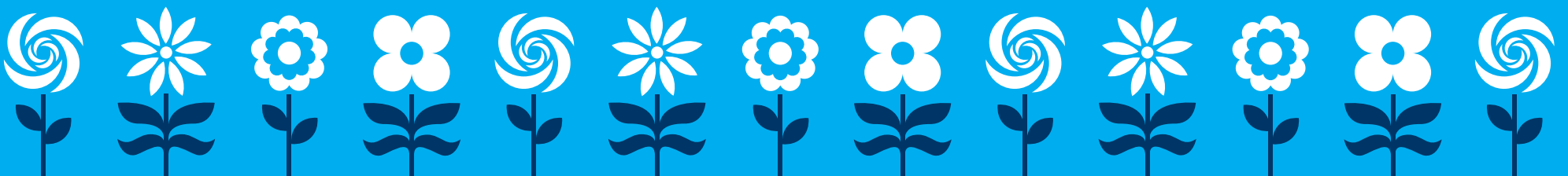
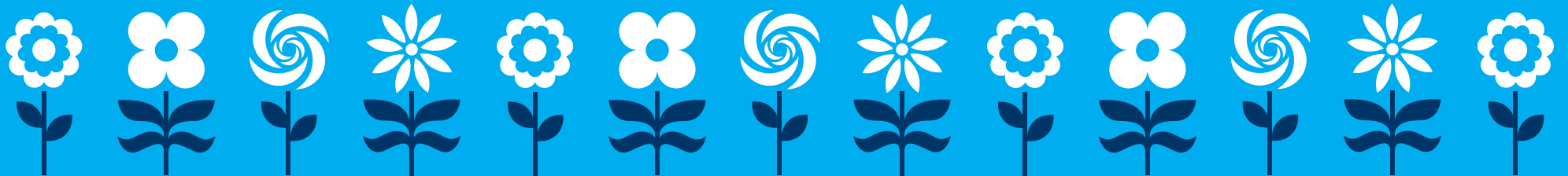
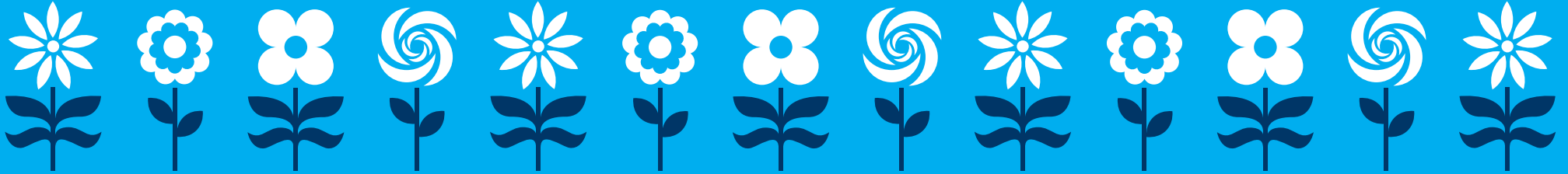
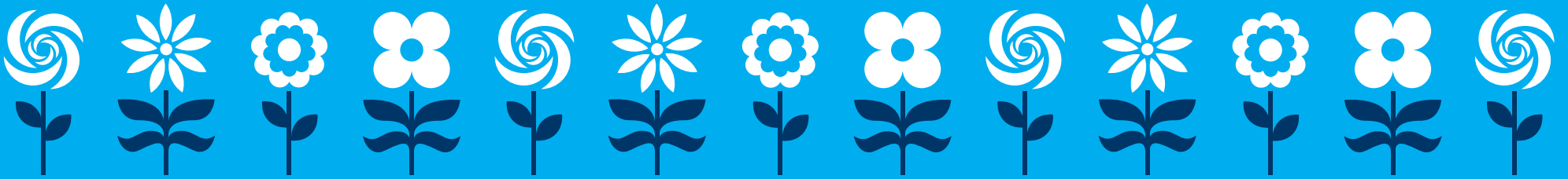
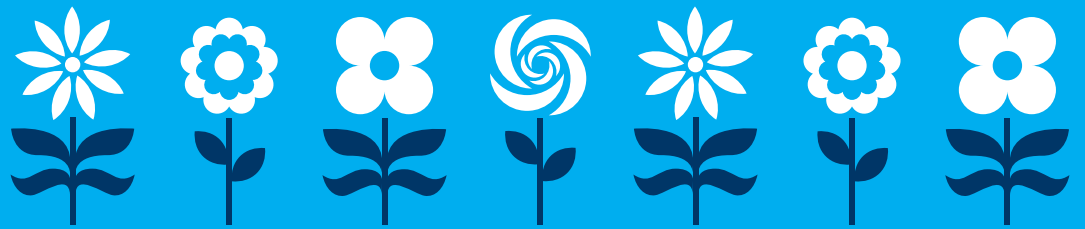
Pabst: Auf jeden Fall. Ich habe auch später noch viel über Eupen-Malmedy veröffentlichen können, u. a. auch zu den Sprachverhältnissen, zur Geschichte des kurzlebigen Bistums Eupen-Malmedy oder über den deutschsprachigen Rundfunk für die Ostkantone und die deutschsprachige Presse, aber zu einer neuen Gesamtdarstellung ist es nicht mehr gekommen. Vielleicht wird sie einmal von einem der tüchtigen jungen Historiker geschrieben, die es heute schon in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens gibt.

85 Jahre GrenzEcho? Herzlichen Glückwunsch!

Schon seit 85 Jahren spricht das GrenzEcho die Sprache Ostbelgiens. Tag für Tag sorgt die Zeitung für eine frische Portion Nachrichten aus der Gegend und für die Gegend. Diese Leistung muss gefeiert werden. Wir möchten daher dem GrenzEcho ganz herzlich zum Geburtstag gratulieren!

KBC. Wir sprechen die gleiche Sprache.

Herzlichen Glückwunsch,
GrenzEcho!





Der amerikanische Pilot Charles Lindbergh (Zweiter von links) steht nach seiner Rückkehr aus Frankreich vor seinem Flugzeug „Spirit of St. Louis“. 33 Stunden und 32 Minuten nach dem Start in New York erreichte der Amerikaner nach 5750 Kilometern mit seiner einmotorigen „Spirit of St. Louis“ am 21. Mai 1927 Paris. Damit hatte er als Erster allein und nonstop den Atlantik überquert. Sein endlos langer und einsamer Flug über den Ozean katapultierte den jungen Postflieger aus St. Louis in Missouri vor 80 Jahren auf einen Schlag in die Weltöffentlichkeit.
Foto: New York Times

Rückblende: Vom Wirtschaftsboom bis zur Atlantiküberquerung

Das Jahr 1927 und seine Schlagzeilen

Wir schreiben den 4. Juni 1927, als die erste Ausgabe des Grenz-Echos mit rund 400 Exemplaren erscheint. Während das laufende Jahr in Belgien ohne herausragende Ereignisse verläuft, scheint die Welt andernorts in Aufbruchstimmung und produziert interessante Schlagzeilen. Im Folgenden ein kleiner Überblick:

Lindbergh überquert den Atlantik

Eines der größten Medienergebnisse sowohl in den USA als auch in Europa ist 1927 zweifelsohne die Atlantiküberquerung des Flugpioniers Charles Lindbergh. Im Alleinflug und ohne Zwischenlandung überfliegt er in 33 Stunden und 22 Minuten „den großen Teich“ mit seiner einmotorigen Maschine „Spirit of St. Louis“ und geht damit in die Flugeschichte ein. Lindbergh wird wie ein Star gefeiert und eine Woche nach seiner Landung auf dem Pariser Flughafen Le Bourget auch in Brüssel wie ein Staatsgast empfangen.

Hindenburgdamm wird eröffnet

Schon im Jahre 1855 wird die Nordseeinsel Sylt zum Seebad erklärt und immer mehr Menschen nutzen das dortige gesunde Reizklima für einen Kuraufenthalt. Auch durch die Errichtung der ersten Schulandheime in ehemaligen Kasernen aus dem Ersten Weltkrieg nehmen die Besucherströme nach Sylt stark zu. Kommen die Touristen und Badegäste anfangs meist mit Postschiff oder Schnelldampfer auf die Insel, planen die Verantwortlichen bereits 1910 den Bau eines Dammes, der das nordfriesische Festland mit der Insel verbindet. Die durch den Ersten Weltkrieg unterbrochene Planung wird 1923 fortgesetzt, bevor der nach dem damaligen Reichspräsidenten Hindenburg benannte Damm 1927 eingeweiht wird. Am 1. Mai rollt der erste offizielle Zug ein.

Wirtschaftsboom in den USA

In den USA kommt es im Jahre 1927 zu einem regelrechten Wirtschaftsboom, der sich nicht zuletzt in Detroit bemerkbar macht, wo in den Ford-Werken bereits der fünfzehnmillionste Ford T vom Band läuft. Getrübt wird der Aufschwung nur durch das schreckliche Schulmassaker von Bath, im US-Bundesstaat Michigan. Nach einer Serie von Bombenanschlägen durch das Mitglied des Schulkomitees, Andrew Kehoe, kamen hierbei 45 Personen ums Leben - unter ihnen viele Kinder aus der ersten bis sechsten Klasse. Das Massaker gilt bis heute als eines der schlimmsten Massaker, das jemals an einer Schule begangen wurde.

Kulturelle Blüte in Berlin

Berlin entwickelt sich zu einer Hauptstadt für Musik, Tanz, Theater und Film. Ob vor Ballhaus, Kino oder Theater - überall bilden sich Schlangen begeisterter Menschen, die die Blüte der Kultur genießen wollen. Viele der damals auf- und vorgeführten Stücke und Filme waren maßgeblich für die künftige Entwicklung des jeweiligen Genres. So wird mit dem Stummfilm „Metropolis“ von Fritz Lang eines der bedeutendsten Werke der Filmgeschichte uraufgeführt, das in einer restaurierten Fassung später sogar zum Weltokumentenerbe der Unesco erklärt wird. 1927 ist das Geburtsjahr der „Comedian Harmonists“, der ersten Boygroup der Welt, die jahrelang mit ihrer Musik sowohl im In- als auch im Ausland zu begeistern weiß.

Nürburgring wird eingeweiht

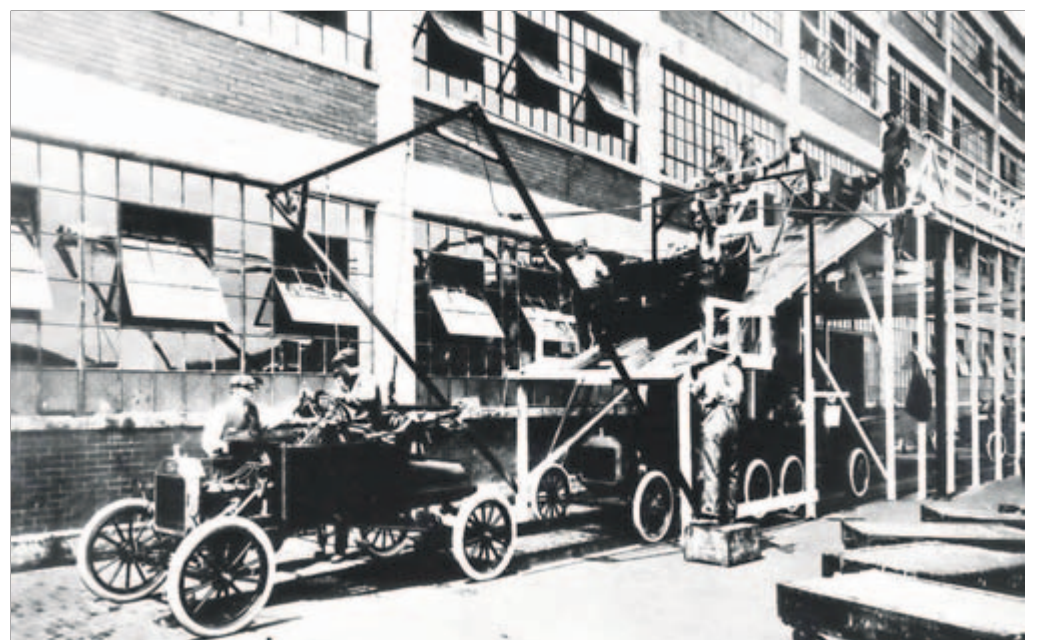
Der derzeit vor allem mit Insolvenz- und Pleitemeldungen in Verbindung stehende Nürburgring wird am 18. Juni im Rahmen des „Großen Preis von Europa“ für Motorräder (Eifelrennen) eröffnet. Die Strecke entwickelt sich schnell zu einem Publikumsmagneten und wird Veranstaltungsort vieler spektakulärer Rennen. Vom ADAC-Truck-Grand-Prix, über Mofa-Rennen, Porsche-Sport-Cup und Deutsche Tourenwagen-Masters (DTM) bis hin zur Formel 1 - der Nürburgring taucht noch heute regelmäßig in den Medien auf und liefert spannende Headlines.

König Albert I. regt die Wissenschaft an

Eine wichtige Nachricht für Belgien: König Albert I. hält 1927 eine beeindruckende Rede in den Betriebsstätten des belgischen Konzerns Cockerill. Er fordert u. a. Industrielle, Finanziers und Ingenieure auf, an einem Strang zu ziehen und die „Krise der wissenschaftlichen Einrichtungen und Laboratorien“ im Land zu beenden. In Reaktion darauf wurde nur ein Jahr darauf mit Unterstützung einer kapitalstarken Familie und der wichtigsten Banken ein Nationalfonds für wissenschaftliche Forschung unter Vorsitz des Geschäftsmanns Emile Francqui gegründet. Der mit 150.000 Euro dotierte Francqui-Preis wird noch heute an Nachwuchswissenschaftler vergeben und gilt als wichtigster Wissenschaftspreis.



Die undatierte Grafik zeigt eine Übersicht des Verlaufes des Nürburgringes. Am 18. Juni 1927 war nach rund zweijähriger Bauzeit die erste „Gebirgs-, Renn- und Prüfstrecke“ eröffnet worden.



Henry Ford I schuf die moderne Fahrzeugproduktion. Mit dem Ford Model T, der legendären „Tin Lizzie“, wurden in den USA ab 1908 erstmals Fahrzeuge am laufenden Band produziert.
Fotos: dpa

Sparen Sie und gewinnen Sie Ihre Traumreise.



Die Crédit Agricole Gruppe feiert in diesem Jahr ihr 75-jähriges Jubiläum. Ein Meilenstein, den wir nicht unbemerkt verstreichen lassen möchten.

Daher organisieren wir vom 1. Oktober bis 30. November 2012 einen nicht alltäglichen Wettbewerb. Fidelio-Kunden, die jetzt mindestens € 1.000 sparen, haben die Aussicht, eines der vielen Traumgeschenke zu gewinnen, darunter 5 Traumreisen im Werte von je € 7.500.

Begeben Sie sich auf www.epargnez-gagnez75.be oder holen Sie sich weitere Infos bei Ihrer Crédit Agricole Zweigstelle.



AB APRIL 2013 HEIßT IHRE BANK CRELAN.

Dies ist keine [... Zeitungsende]



**Wir gratulieren dem GrenzEcho
und seinen Mitarbeitern
zum 85. Betriebsjubiläum**

KompetENTE Beratung,
wenn's um Ihre Werbung geht.

wochenspiegel VLAN

4700 Eupen - Gospertstraße 8 - Tel.: 087/74 25 51
www.wochenspiegel.be

kurierjournal VLAN

4780 St. Vith - Hauptstraße 89 - Tel.: 080/28 03 00
www.kurier-journal.be

Mit Wochenspiegel & Kurier Journal in **65.700** Haushalte.

MEDIALE VIELFALT

Weit mehr als „nur“
eine Tageszeitung

Junge, interessante Themen für junge, interessierte Menschen: **GEneration** erreicht die Zielgruppe der 16- bis 24-jährigen Ostbelgier nicht nur als Gratisbeilage zur Tageszeitung, sondern auch durch die Verteilung in Schulen und Jugendzentren. Das junge Magazin des GrenzEchos: so facettenreich wie die junge **GEneration**.

Das Branchenverzeichnis des GrenzEchos lässt mit seinen umfangreichen Informationen zur ostbelgischen Unternehmenslandschaft keine Fragen offen. Der **Branchenindex** wird allen ostbelgischen Haushalten und Verwaltungen kostenlos zugestellt und ist das perfekte Spiegelbild der ostbelgischen Geschäftswelt.

Es richtet sein Augenmerk auf die positiven Seiten des Älterwerdens: Im 40-seitigen **Senio-Magazin** findet der Leser auf ihn abgestimmte Informationen, Nützliches rund um die Gesundheit, die Rubrik „Senioren schreiben“, Veranstaltungstipps, uvm.

Viermal jährlich liegt das **KunstEcho** dem GrenzEcho bei. Mal richtet die Kulturzeitschrift den Fokus auf aktuelle Kultur-Events in der Region, mal werden Ausstellungen oder kreative Köpfe in den Mittelpunkt gerückt.

Als kostenlose Beilage zur Tageszeitung liefert das **MotorEcho** Neuigkeiten rund um die Themen Technik, Sicherheit und Fahrspaß, berichtet vom Renngeschehen auf zwei und vier Rädern und blickt auch regelmäßig hinter die Kulissen der PS-Szene.

Im Mai 2011 haben das „Welkenraedt Magazine“ und das „Journal d'Aubel“ haben zu einem Magazin fusioniert. Sein Name: „**Votre région**“. Die Publikation erscheint jeden Monat und wird an 35.000 Haushalte verteilt. Das Magazin bietet eine Fülle an regionalen Informationen.

Seit 1927 ist das GrenzEcho für viele Ostbelgier die erste Informationsquelle. 85 Jahre nach der Gründung ist das GrenzEcho jedoch weit mehr als „nur“ eine (Tages-)Zeitung, da um sie herum eine Vielzahl von Publikationen entstanden sind, die unterschiedliche Leserschichten ansprechen und unter dem Dach des Medienhauses GrenzEcho bestens gedeihen.

Seit 2002 ist das GrenzEcho mit seinem erweiterten Portal **GRENZECHO.net** erfolgreich im World Wide Web präsent. **www.grenzecho.net** versteht sich in erster Linie als regionale Informationsplattform mit starken redaktionellen Leistungen. Im Zeitalter des mobilen Medienkonsums stehen auch eine mobile Version für Smartphones sowie eine App für's iPad und das Android-Tablet zur Verfügung. Damit vereint das GrenzEcho die Qualitäten der gedruckten Zeitung mit den Vorzügen der Online-Welt.

Das **Wochenend-Magazin** erscheint als Beilage in der Samstagsausgabe und bietet Lesestoff über die tagesaktuellen Informationen hinaus. Auf zwölf Seiten bilden Mode und Trends, Kultur, Reisen, Mobilität, Gesellschaft ebenso wie Reportagen die vielseitigen Rubriken.

An jedem letzten Mittwoch im Monat erscheint in der aktuellen Ausgabe des GrenzEchos das **KinderEcho**. Auf vier Seiten finden unsere jüngsten Leser hier viele Informationen, die auf ihr Alter zugeschnitten sind.

Die jeden Freitag erscheinende **TV-Beilage** des GrenzEchos umfasst 48 Seiten und bietet das komplette Programm der wesentlichen belgischen und deutschen Fernsehsender, ferner eine Programmübersicht der größten europäischen Sender. Die TV-Beilage beinhaltet zudem redaktionelle Beiträge zu Fernsehen, Kino und Medien.

Das seit Jahren erscheinende **AS-Journal** liegt einmal im Monat der Tagesausgabe des GrenzEchos bei. Auf 32 farbigen Seiten wird rund um das Geschehen aus dem Lager der KAS informiert. Professionelle Fotos und ein ansprechendes Layout machen das Heft zu einem absoluten Hingucker.

Für die Freunde des Regionalfußballs ist es eine unverzichtbare Informationsquelle kurz vor dem Start in die neue Saison: Als GrenzEcho-Sonderbeilage zur Eröffnung der neuen Spielzeit stellt das **FußballEcho** die ostbelgischen Klubs und ihre Spieler vor, dazu gibt es zahlreiche Interviews, Analysen und Kommentare.

Zweimal im Jahr veröffentlicht der GrenzEcho-Verlag das von vielen deutschsprachigen Mitbürgern geschätzte Magazin **Neu in Belgien**. Diese Sonderausgabe ist nicht nur eine Orientierungshilfe für Neuankömmlinge in unserem Land, sondern liefert auch schon länger in Belgien lebenden deutschsprachigen Europäern wertvolle Informationen.

OHNE GRENZECHO FEHLT DIR WAS



Mit der VOObox, erhalten Sie Zugang zum digitalen TV.

**Wert
99€**



Mehr Sender in digitaler Qualität, so ein Sonderangebot an deutschen Sendern*: ZDF, ARD, SAT1, Pro 7, ... (die komplette Liste sehen Sie auf voo.be)



Mit dem elektronischen Programmführer haben sie eine Gesamtübersicht über die Programmierung aller Sender.



Unglaubliche Bild- und Tonqualität dank High Definition*.



Einfache und schnelle Installation. Anschließen und los geht's!



Aktivieren Sie Be tv (auf Wunsch) mit einem Anruf.

Sie möchten eine kostenlose VOObox erhalten ? Um teilzunehmen, beantworten sie vor Mitternacht folgende Fragen:

• Welchen Wert hat die VOObox?

• Wie viele Personen werden heute an diesem VOObox-Wettbewerb teilnehmen?

Schicken Sie Ihre Antworten, indem Sie auf www.concoursvoobox.be surfen oder

per SMS an 6027 (0,50€/geschickte SMS) Code VOO - Antwort 1 - Antwort 2 - Name - Vorname - E-Mail

* Dieses Angebot ist gültig abhängig von der Verfügbarkeit der Dienstleistung in Ihrer Region. Für zusätzliche Infos kontaktieren Sie unsere Fachhändler oder konsultieren unsere Website: <http://www.voo.be>.
Das Wettbewerbsreglement ist auf der Website verfügbar oder per E-Mail an antoine.menalda@staff.voo.be

