



Geld für den Übergang

Die Stadt muss eine wichtige Brücke sperren, weil sie marode ist. Mit diesen Negativschlagzeilen will sich das *Solinger Tageblatt* nicht zufriedengeben und plant daher **eine Spendenaktion und den Neubau**.

VON KATHARINA DODEL

Lokalzeitungen schlagen Brücken. Zwischen Bürgermeister und Bürgern. Zwischen komplexen Themen und ihren Lesern. Zwischen Behördensprache und einfacher Formulierung. Oder eben zwischen zwei Ufern – so wie das *Solinger Tageblatt*. Dessen Lokalredaktion hat kurzerhand Geld gesammelt, eine Architektin engagiert und plant nun den Bau einer neuen Brücke über die Wupper. Stefan Prinz, stellvertretender Chefredakteur des *Solinger Tageblatts* und des *Remscheider Anzeigers*, hat die ungewöhnliche Aktion organisiert. „Vor über zwei Jahren ließ die Stadt die marode Brücke über die Wupper sperren, da sie sich mit über einer Milliarde Euro Schulden die Sanierung nicht leisten konnte“, erzählt Prinz, der zudem Leiter der Lokalredaktion Solingen ist. „Mit den üblichen

Negativ-Meldungen in diesen Fällen wollten wir uns nicht abfinden. Das *Solinger Tageblatt* hatte sich zum Ziel gesetzt, die Brücke gemeinsam mit der Stadtgesellschaft wieder aufzubauen – schöner als jemals zuvor.“

„Wir hatten Zweifel, ob es uns tatsächlich gelingt, so viel Geld zu sammeln.“

Planung Weil die Brücke von Radfahrern und Wanderern genutzt werde und das Tierheim nicht allzu weit von ihr entfernt sei, habe sich die Redaktion überlegt, wie der Neubau der Brücke möglich gemacht werden könnte. „Also haben wir in der Redaktionskonferenz darüber gesprochen“, sagt Prinz. „Es gab ge-

teilte Meinungen dazu. Wir hatten Zweifel, ob es uns gelingen kann, so viel Geld zu sammeln. Doch die Idee hat uns alle begeistert, etwas zum Guten zu ändern.“ Daher habe Prinz im Sommer 2016 erste Gespräche mit der Stadt geführt, ob diese sich an der Aktion beteiligt, und errechnet, wie viel Geld für den Brückenbau fehlt. Die Redaktion machte sich zudem auf die Suche nach einer Architektin und fand diese in einer Solingerin, „die sofort begeistert war von der Aktion und uns kostenlos unterstützt hat“. Weil die Brücke Teil eines wichtigen Radweges ist, habe das Land Nordrhein-Westfalen einen großen Teil der Kosten übernommen. Von den veranschlagten 800.000 Euro blieben noch 70.000 Euro übrig. Diese galt es, durch Spendenaktionen zu generieren. Dabei betont Prinz: „Es ist dabei ganz wichtig, sich einen Verein ins Boot zu holen, denn nur er kann Spendenquittungen



Foto: Christian Beyer

Kathrin Schüller, Michael Kremer, Andreas Tews, Anja Kriskofski und Stefan Prinz (von links).

ausstellen. Und das ist wiederum ein guter Spendenanreiz für alle Bürger. In unserem Fall war es der Verschönerungsverein der Stadt.“ Außerdem schaffe ein Verein mit seinen Mitgliedern große Akzeptanz, eine Aktion spreche sich dann schnell herum und begeistere viele Bürger, meint Prinz.

Umsetzung Nachdem die Stadt Solingen die Kosten für den Brückenbau vorgerechnet und die Architektin ihre Hilfe zugesagt hatte, ließ die Redaktion die Bürger über vier Brückenvarianten abstimmen, die sie zuvor auf einer Sonderseite veröffentlicht hatte. Ab Ende März wurden die Leser aufgerufen zu spenden. „Wir haben die Aktion bewusst auf Frühjahr geplant, um sie möglichst aus der Weihnachtszeit, in der eh schon viel Geld ausgegeben wird, herauszunehmen“, erklärt Prinz. Regelmäßig seien Artikel über die Aktion in der Zeitung und online erschienen: „Wir haben viel informiert und erklärt, warum Brücken so teuer sind oder wie sie gebaut werden. Außerdem haben wir über Solinger berichtet, die die Aktion unterstützt haben.“ Beispielsweise habe ein stadtbekannter Künstler ein Kunstwerk angefertigt, das über die Zeitung versteigert worden ist, eine Fir-

ma habe Messer entworfen, deren Griffe aus dem Holz der alten Brücke bestehen, und zugunsten des Neubaus verkauft, Vereine und Firmen unterstützten die Aktion mit Spendenkassen. Ein weiterer Anreiz sei gewesen, dass alle Namen von Lesern, die mindestens 100 Euro gespendet haben, auf der Brücke eingraviert werden. „In acht Wochen hatten wir 97.555 Euro zusammen“, sagt Prinz. „Die Architektin erarbeitet nun noch einmal drei Vorschläge, wie wir das überschüssige Geld für die Gestaltung der Brücke nutzen können. Denkbar sind Sitzgelegenheiten oder eine Beleuchtung. Auch darüber werden die Leser abstimmen.“ Schon nach vier Wochen habe die Redaktion gemerkt, dass die Aktion ein Erfolg werde, „das war großartig“ – und wohl auch der Lohn für die harte Arbeit. Denn das Projekt habe die 25-köpfige Redaktion in Solingen sehr eingebunden.

Redaktionsleiter Prinz sieht einen weiteren Vorteil in der viele Monate dauernden Aktion: Markenstärkung. „Die Leser haben mit ihrer Zeitung etwas Gutes geschaffen. Das ist gute Werbung für uns.“ Werbung, die sich ab 2019 sehen lassen kann: Läuft alles nach Plan, werde das alte Bauwerk im Herbst abgerissen. Im Frühjahr 2019 könnte der Neubau beginnen.

LINK

Das Solinger Tageblatt berichtete auch online über die Spendenaktion:
www.bit.ly/solingen-brücke

CHECKLISTE

- ✓ Verein an die Seite holen, der Spendenquittungen schreiben und breite Akzeptanz bei den Bürgern schaffen kann.
- ✓ Über das Projekt gut und regelmäßig informieren.
- ✓ Berichterstattung über viele Monate im Voraus planen.

Kritik In der Redaktion sei viel darüber diskutiert worden, ob es Aufgabe einer Lokalzeitung ist, der Stadt beim Bau einer Brücke zu helfen. Doch die gute Sache habe am Ende im Vordergrund gestanden, sagt der Redaktionsleiter. „Uns hat alle begeistert, dass wir mit der Aktion wirklich etwas zum Guten wenden können. Wir wollen auch den Lesern sagen: Solingen, du kannst das.“ Daran hätten anfangs nicht alle geglaubt. Von „Warum soll ich Geld für die Stadt bezahlen?“ bis zu „Das klappt sicher nicht!“ habe Prinz zu Beginn der Berichterstattung viele negative Rückmeldungen erhalten, „doch die wurden im Laufe der Zeit weniger“. Mittlerweile kämen einige neue Vorschläge der Bürger, wo die Zeitung noch aktiv werden könnte: „Manche wünschen sich einen neuen Spielplatz, andere schlagen weitere Brücken vor, die marode sind“, sagt Prinz.

Zukunft Doch eine Spendenaktion sei erst einmal genug – zumindest für dieses Jahr. „Danach könnte ich mir gut vorstellen, ein weiteres Projekt anzugehen“, teilt Prinz mit. „So eine Aktion ist sehr zur Nachahmung empfohlen. Sie ist der Beweis, dass in der Zeitung nicht immer nur Negatives stehen muss.“