



# Den Tätern auf der Spur

Die *Westfalenpost* hat in einer Serie **Kriminalverbrechen neu aufgerollt**, die ihre Leser bewegen. Dabei standen vor allem unaufgeklärte Verbrechen im Fokus.

**VON MAX KÖLSCH, MAREIKE MAACK, VERONIKA SZARY UND ARNE POLL**

#WP-Zukunftslabor“ – unter diesem Namen hat die *Westfalenpost* im Jahr 2017 eine Arbeitsgruppe aus fünf Redakteuren ins Leben gerufen, die aus unterschiedlichen Redaktionen der *Westfalenpost* (WP) stammen und gemeinsam ein konkretes crossmediales Projekt entwickelt haben, an dem sich alle Redaktionen beteiligten.



Mareike Maack ist Reporterin der *Westfalenpost*.

Die Idee Im Team haben wir innerhalb einer Woche im März in einer externen Arbeitsumgebung (außerhalb der Redaktionsräume, aber zu den üblichen Arbeitszeiten) ein Thema gesucht, das die Leser aller WP-Redaktionen gleichermaßen bewegt und zugleich crossmedial umsetzbar ist. Schnell sind wir auf Crime gestoßen, denn Krimi-

nalgeschichten interessieren die Menschen. Wenn sie in der eigenen Heimat geschehen, gilt das umso mehr. Wir haben uns damit für ein sehr emotionales Thema entschieden, bei dem die Orte Südwestfalens, aus denen die *Westfalenpost* berichtet, als Schauplätze von Verbrechen im Zentrum stehen. Die einzelnen Redaktionen waren gefordert, die spektakulärsten Kapitalverbrechen in ihren Orten neu aufzurollen. Dabei sollten sich die Reporter auf unaufgeklärte Verbrechen konzentrieren, zu denen wenn möglich neue Rechercheansätze hinzukommen sollten. Rund um die Geschichten aus den Lokalredaktionen lieferte der WP-Mantel regionalisierte Zusatzstücke wie etwa ein Interview mit einem Mörder. Wir haben besonderen Wert auf Panoramaseiten gelegt. Im Ausspielzeitraum vom 4. bis 25. November 2017 erschienen mehr als 30 Printartikel, begleitet von einem großen Online-Spezial. Dort können registrierte Nutzer bis heute auch Fälle aus anderen Städten verfolgen. Zudem bieten wir ihnen viele Multimedia-Elemente wie Videos, Karten, O-Töne und ein Recherche-Tagebuch. Die spektakulärsten Fälle haben wir zusätzlich als Podcasts aufbereitet.

Die Umsetzung Nachdem wir im Team in der Laborwoche ein grobes Konzept für das Projekt aufgestellt hatten, war es im Folgenden wichtig zu gucken, mit wie viel und vor allem mit welchem Inhalt es sich umsetzen lässt. Der Kern der Projektgruppe koordinierte nun aus dem Alltag heraus die Vorbereitung bis zur Umsetzung. Die Lokalredaktionen und die Titelredaktion bekamen eine Frist von einigen Wochen, innerhalb derer sie jeweils mehrere mögliche Geschichten nennen sollten.

Es folgte eine weitere Frist, diesmal zur Fertigstellung des Materials – die Menge an Geschichten variierte später je nach Standort. Stellenweise konnten Redaktionen nicht genügend Teile für einen ausreichenden Serienfahrplan liefern. In anderen Städten kam dafür gleich mehr als genug zusammen. Deshalb entschied die Gruppe sich für eine „Cluster-



Max Kölsch ist Blattmacher der *Westfalenpost*.

Lösung“ im Print und erstellte vier Gruppen-Serienfahrpläne. Die Geschichten erschienen dadurch parallel in mehreren Ausgaben und



**Veronika Szary ist Online-Redakteurin der Westfalenpost.**

im Wechsel – je nach Ursprung – auf einer lokalen oder einer Nachbarschaftsseite. Der Mantel arbeitete mit einer eigenen Taktung. Das Tatorte-Online-spezial lag federführend in den Händen einer Online-Redakteurin der Westfalenpost. Zusätzlich wurde mit Unterstützung des Interaktivteams der Berliner Morgenpost ein Best-of-Spezial erstellt, in dem ausgewählte Artikel in kürzerer Form mit interaktiven Locator-Elementen dargestellt werden.

Das Spezial ist erreichbar unter der Adresse [www.wp.de/tatorte](http://www.wp.de/tatorte). Von dort aus gelangen die Nutzer unter anderem direkt auf das Best-of-Spezial. Auf dieser Themenseite liefen im Ausspielzeitraum neben einem erklärenden Einstiegstext nach und nach alle Fälle der Mantel- und Lokalredaktionen ein. Die einzelnen Artikel wurden dabei mit Tools wie Playbuzz, ThingLink oder Google Maps um interaktive Elemente erweitert. In einer Spezial-Rubrik können sich die Leser durch ein „Krimipedia“ klicken, in dem wichtige juristische Begriffe leicht verständlich erklärt werden. Die Online-Redakteure haben Kriminalstatistiken aus der Region mit Datawrapper aufbereitet und ein multimediales Recherche-Tagebuch eines WP-Redakteurs erstellt, der für seine Geschichte bis nach Frankreich fuhr. Tiefe Recherche spielte für uns eine wichtige Rolle.

In einer gesonderten Multimedia-Rubrik wurden Videos, Fotos und eine Podcast-Serie gesammelt. Für die Podcasts bereitete ein Redakteur aus unserem Team in Zusammenarbeit mit Radio Ennepe Ruhr einen Teil der WP-Geschichten im Stile von Hörspielen auf, die sowohl über Soundcloud als auch über iTunes ausgespielt wurden. Radio Ennepe Ruhr und Radio Sauerland verlinkten zusätzlich von ihren Websites auf das WP-Spezial und griffen einige Kriminalfälle redaktionell auf. Mit dieser ausschließlich inhaltlichen Kooperation konnten wir unsere Reichweite deutlich erhöhen.

In Zusammenarbeit mit dem Vertrieb wurden auf der Themenseite Links mit Verweisen auf Abos und Gewinnspiele mit Preisen (Krimidinner, Vinothek, Quiz-Rubrik) verbaut. Der

Vertrieb begleitete das Tatorte-Projekt zudem vor, während und nach der Ausspielung mit Werbung im Print, im Markenportal, im Radio und direkt an den Verkaufsstandorten.

**Reaktionen** Die Berichterstattung hat in unserem Verbreitungsgebiet etwas ausgelöst. Leser kamen in die Redaktionen und wollten noch einmal über alte Fälle reden. Es gab viele Hinweise. Wir haben Tipps für weitere Fälle bekommen.

Bei einem Leserforum zu einem anderen Fall haben uns die Anwesenden bestärkt: Es sei eine wichtige Aufgabe der Zeitung, dafür zu sorgen, dass ältere, ungelöste Verbrechen nicht in Vergessenheit geraten. Wer, wenn nicht die Medien, könnte dafür sorgen, dass auch Behörden öffentlichen Druck spürten? Was den Lesern auch wichtig war: Berichterstattung muss ethische und rechtliche Grenzen beachten. Beschwerden wegen eines Verstoßes hat es allerdings bei keinem Fall gegeben.

**Fazit** Wir haben wie nie zuvor mit allen Abteilungen in unserem Verlag so eng zusammengearbeitet. Und das hat sich ausgezahlt!



**Arne Poll ist Reporter der Westfalenpost.**

Die Zahl der Abschlüsse für digitale Abos hat sich im vierwöchigen Projektzeitraum verdoppelt. Die Projektbeiträge haben die Verweildauer auf unserem Markenportal im Vergleich zu anderen Texten massiv erhöht. Die durchschnittliche Lesedauer eines Beitrags lag bei über drei Minuten und war damit doppelt so hoch wie unsere Vergleichswerte. Noch nie hat ein Spezial auf Wp.de so viele Nutzer angelockt. Am Ende stand für uns Journalisten eine sehr beruhigende, aber längst nicht mehr selbstverständliche Erkenntnis: Redaktionelle Inhalte und aufwendige Recherche sind ein Verkaufsargument und Geld wert.

Dass bei so vielen Beteiligten quer durch alle Abteilungen des Hauses nicht immer alles rundläuft, ist klar. Ohne Verbindlichkeit und Planung lässt sich ein solches Projekt nicht stemmen. Wir haben aber so viel für weitere lernen können, dass kleinere Reibungsverluste zu verschmerzen sind. Und: Das #WP-Zukunftslabor wird es mit einem neuen Thema und neuen Teilnehmern auch 2018 geben.



**LINK**

Hier geht's zum Online-Spezial der Westfalenpost: [www.wp.de/tatorte](http://www.wp.de/tatorte)

**Das Team**



Von links nach rechts: Martin Haselhorst (Redaktionsleiter Arnsberg), Arne Poll, Mareike Maack und Max Kölsch. Nicht im Bild: Veronika Szary und Monika Willer (Kulturredakteurin).

**Telefon** 0291 – 29 99 36  
**E-Mail** [meschede@westfalenpost.de](mailto:meschede@westfalenpost.de)