

Projekt-Bezeichnung

AUFBRUCH – Emotionale Aufarbeitung der zu Ende gehenden Ära des Steinkohlebergbaus im Saarland anhand der Geschichten von Zeitzeugen. Das Projekt umfasst eine redaktionelle Printserie in 36 Teilen in DIE WOCH, eine Microsite, einen 60minütigen Film, den Event „Filmpremiere“, eine 44-seitige Sonderveröffentlichung zum Film, Videos in Form von Umfragen und Berichten, ein kostenloses eBook und eine T-Shirt-Kollektion „Glück auf!“. Das Thema wurde in unseren Printmedien, online, im täglichen redaktionellen Newsletter, auf unserem YouTube-Kanal, auf Facebook und Twitter begleitet.

Allgemeine Informationen zu Ihrer Publikation

Unternehmen

Saarländische Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH, Bleichstraße 21 – 23, 66111 Saarbrücken

Anzeigenblattverlag mit den beiden kostenlosen Anzeigenblättern WOCHENSPIEGEL (Verteilung Mittwoch) und DIE WOCH (Verteilung Samstag) mit einer wöchentlichen Druckauflage von über 1 Million Exemplaren, 15 Regionalausgaben und einer Reichweite von 71%* im gesamten Saarland. *(Quelle: Leseranalyse Czaia, Bremen 2009)

Neben den beiden Haupttiteln veröffentlichen wir ein monatliches Magazin mit Nachrichten für Entscheider unter dem Namen saarland-journal.de mit einer IVW-geprüften Druckauflage von 233.600 Exemplaren (IVW Quartal 1/2012).

Unser Online-Auftritt www.WochenspiegelOnline.de ist ebenfalls IVW-geprüft, erreicht durchschnittlich 1,48 Millionen PIs/Monat in 2012 und wurde 2011 und 2012 durch den Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter BVDA mit dem Durchklick-Preis für das insgesamt beste Onlineangebot eines deutschen Anzeigenblattverlages ausgezeichnet.

Idee und Umsetzung Ihres Sonderprojektes

Ausgangssituation

Der Steinkohlebergbau im Saarland endete offiziell am 30.06.2012. Der Bergbau hat über Jahrhunderte die Region und die Menschen geprägt und wirkt durch das bergmännische Arbeits- und Lebensumfeld stark identitätsstiftend. Nach ehemals über 70.000 Beschäftigten in den 50er Jahren schloss am 30.06.2012 mit dem Bergwerk Saar in Ensdorf die endgültig letzte Grube im Saarland mit strukturellen und wirtschaftlichen Konsequenzen für einen großen Teil der saarländischen Bevölkerung. Aus diesem Grund wurde das Projekt durch die Landesregierung des Saarlandes als förderungswürdig eingestuft und finanziell unterstützt.

Zielsetzung

Besetzung dieses für die Saarländer sehr emotionalen Themas mit den etablierten Marken WOCHENSPIEGEL und DIE WOCH vor anderen Medien. Demonstration unserer

Lesernähe und Sublokalität durch „einfache“ Bergleute, die als Zeitzeugen zu Hauptdarstellern werden. Ein Projekt von Saarländern für Saarländer. Demonstration unserer crossmedialen Kompetenz in der Umsetzung des Themas gegenüber unseren Anzeigenkunden. Markentransfer und Erschließung neuer Shop-Angebote.

Strategie

Diversifikation einer traditionellen und etablierten regionalen Printmarke crossmedial in neue Kanäle unter Einbeziehung von Print, Online, Bewegtbild sowie YouTube, Twitter und Facebook.

Vorgehensweise

Start des Themas über einen redaktionellen Aufruf an unsere Leser im August 2011 über die Printmedien, Online, Facebook, Twitter und über den täglichen Redaktionsnewsletter. Auf Basis der eingesandten Geschichten, Fotos und Filmen Konzeption der Artikelthemen, Kontaktaufnahme zu den Interviewpartnern durch die Redaktion, Hintergrundrecherche und Veröffentlichung der Beiträge ab September 2011 in Print und Online.

Dann Entwicklung des Storyboards zusammen mit Globe TV, Auswahl geeigneter Zeitzeugen/Geschichten und filmische Umsetzung der Interviews im Zeitraum März bis April 2012.

Bestandteile der integrierten Kampagne

1. Wöchentliche redaktionelle Serie mit 36 Teilen in DIE WOCH (Kostenloses Anzeigenblatt, erscheint samstags, Druckauflage wöchentlich 507.520 Exemplare) von September 2011 bis Mai 2012
2. Produktion verschiedener Videobeiträge durch den hauseigenen Mediengestalter Bild und Ton für den WOCHENSPIEGEL-YouTube-Kanal (Umfrage „Frage der Woche“ zum Thema Bedauern über das Bergbau-Ende im Saarland? Bericht zur Film Premiere. Trailer des Films. „Video des Tages“ mit Bericht zur Fotoausstellung „Über/Unter“-Bergbaubilder). Anteausern der Beiträge auf Facebook, Hinweise zu den Beiträgen im täglichen redaktionellen Newsletter
3. Erstellung einer Microsite mit allen Beiträgen und zusätzlichen Informationen unter <http://www.wochenspiegelonline.de/bergbau/>
4. Produktion eines 60-minütigen Films mit aktuellen Zeitzeugeninterviews, historischen Aufnahmen und Archivmaterial des Saarländischen Rundfunks
5. Film Premiere im Saarbrücker Passage-Kino mit 300 geladenen Gästen aus Politik, Wirtschaft und den Zeitzeugen des Projektes am 06.06.2012
6. Produktion von 5.000 DVDs für die kostenlose Weitergabe an weiterführende Schulen im Saarland und für den Verkauf des Films über die Geschäftsstellen des Verlages. Verkaufsstart der DVD 12.06.2012.
7. Produktion und Vermarktung einer 44-seitigen Sonderveröffentlichung zur DVD in einer Auflage von 20.000 Exemplaren
8. Erstellung eines eBooks aus den Inhalten der redaktionellen Serie mit zusätzlichem Foto- und Videomaterial zum kostenlosen Download unter <http://itunes.apple.com/de/book/aufbruch/id532643467?mt=11>
9. Start einer Merchandising-Linie aus den T-Shirts „Glück auf“ zur Film Premiere

Projekt-Ergebnisse sowie Ergebniskontrolle

Budget

Kosten Filmproduktion, DVD-Herstellung und Premierenveranstaltung gesamt 80.000 Euro.

Refinanzierung der Filmproduktion durch Sponsoren (Karlsberg Brauerei, Ministerpräsidentin des Saarlandes, Bank 1 Saar, Saartoto, AOK, Globus SB-Warenhaus Holding und Deutsche Steinkohle RAG) in Höhe von 47.000 Euro.

Anzeigenerlöse aus der Sonderveröffentlichung 17.000 Euro.

Erlöspotenzial: DVD-Verkauf in den ersten 4 Wochen seit Verkaufsstart über 25.000 Euro.

Alle Beträge verstehen sich netto ohne MwSt.

Ergebnis/Prognose

Alle unter Kampagne/Produkte genannten Punkte mit Ausnahme der Filmproduktion wurden Inhouse mit verfügbaren Mitarbeitern und Ressourcen umgesetzt, daher das geringe Budget des gesamten Projektes.

Der Abverkauf der DVDs wird durch Werbung in Print, Online mit direkter Bestellmöglichkeit, im redaktionellen Newsletter, einem Trailer auf unserem YouTube-Kanal und auf Facebook forciert.

Von der Produktionsmenge 8.000 Exemplare in der bereits zweiten Pressung gehen 1.500 Exemplare kostenlos an Schulen im Saarland und an Sponsoren. Die 6.500 Verkaufsexemplare werden zum Preis von 9,95 Euro über alle Geschäftsstellen des Verlages im Saarland und Online auf www.WochenspiegelOnline.de angeboten. Die Abverkaufsprognose liegt bei 100%. Seit Verkaufsstart am 12.06.2012 wurden in den ersten drei Wochen bereits 1.400 DVDs online und über unsere Geschäftsstellen im Saarland verkauft.

Eine gemeinschaftliche POS-Aktion unserer Sponsoren, der Globus SB-Warenhaus Holding und der Karlsberg Brauerei mit einem Aktionsangebot (ein Kasten Karlsberg UrPils plus DVD zum Sonderpreis) wird in der KW 29 noch einmal 4.000 DVDs erfordern, so dass bereits eine Nachproduktion der DVD veranlasst wurde.

Text

Für uns als saarländischer Verlag ist dieses Projekt eine Herzensangelegenheit und auch ein Imageprojekt. Nicht der Anspruch einer vollständigen Dokumentation, sondern der menschlichen Aspekte des Bergarbeiterlebens sollten im Vordergrund stehen. Die Resonanz nach den ersten redaktionellen Aufrufen war enorm und die persönliche Geschichten und Erlebnisse, Berichte zu schwierigen Arbeitsbedingungen, Unglücke und Katastrophen, aber auch Zusammenhalt, Geselligkeit und kleine Momente privaten Glücks, zeigen auf besondere Weise, wie der Bergbau das Saarland und seine Menschen geprägt hat.

Beteiligte Personen Saarländische Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH:

Carol-Monique Gebauer, Verlagsleitung

Dr. Thomas Trapp, Redaktionsleitung
Jürgen Becker, stellvertretender Redaktionsleiter/Online-Redaktion
Günter Österreicher, Anzeigenleitung
Torsten Hene, Leitung Multimedia
Suzanne Walgenbach, Leitung Marketing
Anton Minayev, Mediengestalter Bild & Ton

Filmproduktion Globe TV, Funkhaus Halberg, 66121 Saarbrücken:

Arno Jos Graf, Regisseur
Michael Degott, Produktionsleitung
Axel Biehl, Herstellung

Ansprechpartner

Saarländische Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH
Suzanne Walgenbach
Marketingleitung
Bleichstraße 21 – 23
66111 Saarbrücken

Tel.: 0681 38802-275
Fax: 0681 3880255-275
s.walgenbach@wochenspiegelonline.de

Links

Microsite

<http://www.wochenspiegelonline.de/bergbau/>

eBook

<http://itunes.apple.com/de/book/aufbruch/id532643467?mt=11>

Bedauern über Bergbau-Ende im Saarland?

<http://youtu.be/CA0pkQ6f-Vo>

Der Film „AUFBRUCH " wurde vorgestellt

http://youtu.be/BFwW_19NfJ4

Der Film „AUFBRUCH" begeistert das Premieren-Publikum

http://youtu.be/p3_dL55ur6o

Trailer „AUFBRUCH“

<http://youtu.be/eg3lr1WJJok>

Video des Tages: "ÜberUnter"-Bergbaubilder

<http://youtu.be/YpSit3u81z0>