

Der Mensch im gelben Mantel

Sie sind gelb, flink und keiner kommt an den „20 Minuten“ Verteilern vorbei. In Winterthur drücken sie an einem Morgen bis zu 10'000 Leuten ihre Gratiszeitung in die Hand. Eine der vier Verteilerinnen am Bahnhof ist Ina Dette. Für manche ist sie mehr als die anonyme Frau im gelben Mantel.

Da ist zum Beispiel Heidi. Sie ist eine Randständige. „Wir halten fast jeden Morgen einen Schwatz, sie steht bei mir, bis das Coop-Restaurant aufmacht und sie ihren Morgenkaffe trinken geht“, sagt Ina und packt mit geübter Hand die Zeitungen aus. Heute steht Heidi an der Imbissbar am Bahnhof und winkt Ina ein wenig verlegen zu. Sie trägt einen abgenutzten Rock, ein schwarzer Hut schützt ihren Kopf vor dem Regen. Heidi passt überhaupt nicht in das Bild eines typischen „20 Minuten“ Lesers. Dieser ist jung, konsumfreudig und zwischen 14 und 29 Jahre alt. Winterthur ist nicht nur wegen den vielen jungen Studenten ein wichtiger Standort für die Gratiszeitung. „Die sechst grösste Stadt der Schweiz ist sehr interessant für uns. Vor allem auch wegen den vielen Pendlern von Zürich“, sagt der Geschäftsführer von „20 Minuten“, Rolf Bollmann.

Es regnet. Ina hält ihren grün-weissen Regenschirm fest. Ihre grauen Haare sind bis jetzt trocken geblieben, die Zeitungen auch. Diese bringt sie schnell unter Dach, denn nasse Exemplare müssen die Verteiler wegwerfen. Es ist 5.45 Uhr. Vor einer Viertelstunde ist der Kleinbus mit den Zeitungen angekommen. Das Kontingent in Winterthur beträgt 10'000 Exemplare. Die müssen bis acht Uhr weg. Und das gehen sie auch. Eigentlich müsste Ina erst um sechs Uhr anfangen, doch vor Arbeitsbeginn nimmt sie sich eine halbe Stunde Zeit. Dabei wäre sie flink genug, ihre Zeitungen rechtzeitig bereit zu stellen. Ihr geht es um etwas anderes. Sie will für Heidi und alle anderen bekannten Gesichter am Morgen genug Zeit haben, um sie in Ruhe begrüßen zu können. Das ist auch ein Grund, warum sie ihre alte Arbeitsstelle gekündigt hatte. Hektik habe sie jetzt genug gehabt. Dabei hatte Ina eine gute und interessante Arbeit in der Wertschriftenabteilung der Winterthurversicherungen. Jetzt verdient Ina mit ihren 58 Jahren pro Stunde 24 Franken brutto. Der Lohn ist altersabhängig. Das würde natürlich nirgends hinreichen, wenn sie kein Erspartes hätte. „Die Leute sagten, ich würde spinnen, als ich die Arbeit aufgab“, sagt Ina und lächelt dabei, „dafür kann ich jetzt stundenlang lesen und wandern.“ Ohne zu zögern geht sie auf die Pendlern am Bahnhof zu und streckt ihnen ihr „Geschenk“ entgegen - eine Gratiszeitung in Tabloidformat, die sich alleine durch Werbung finanziert. Sie besteht aus Informationshäppchen und Unterhaltung aus aller

Welt. Es sind hauptsächlich Agenturmeldungen aus Wirtschaft, Sport und Kultur, die für den schnellen Konsum konzipiert sind. Für die Regionalzeitungen von Winterthur ist die Pendlerszeitung keine Konkurrenz. „Wir haben keinerlei spürbaren Auswirkungen, die Auflage ist sogar gestiegen,“ sagt Rudolf Gerber, Chefredaktor des Landboten. Der Markt für Inserate ist im Moment hingegen sehr schwierig. National und regional besteht ein grosser Wettbewerb. „Ich kann nicht genau sagen, ob ‚20 Minuten‘ uns Kunden wegnimmt.“ Das Stadtblatt hingegen bringt keine nationale Werbung. Zu ihren Inserenten gehört hauptsächlich das Gewerbe in Winterthur und die gehen wegen der Gratiszeitung nicht verloren. „Durch ‚20 Minuten‘ legen wir eher noch an Lesern zu,“ meint Guido Weber, der Verlagsleiter vom Stadtblatt, „die Jungen werden zum Lesen animiert.“

Ina übergibt einem jungen Mann gleich zehn Exemplare auf einmal. Er nickt nur kurz und nimmt den Stapel mit. David arbeite im Spital und nehme jeden Morgen Zeitungen für das Team mit, weiss Ina Bescheid. Von weitem winkt ein kleines Mädchen. Es ist Noemi mit ihrer Mutter. Die Beiden kommen fast jeden Morgen vorbei. Zwischen ihnen hat sich im Laufe der Zeit eine Freundschaft entwickelt. Seit drei Jahren arbeitet Ines jetzt schon als Verteilerin. Ganz am Anfang arbeitete sie für die Gratiszeitung „Metropol“. Die gibt es auf Schweizer Boden seit dem 13. Februar 2002 nicht mehr. Der Markt war hart umkämpft. Um die Gunst der Leser wurde nicht nur in den Büros, sondern auch direkt auf der Strasse gebuhlt. Dabei hatte die SBB eine gewichtige Rolle inne. Früher war es nur den „Metropol“-Verteilern erlaubt, die Zeitungen auf dem SBB-Areal an die Pendler abzugeben. Setzte ein Crew-Mitglied von „20 Minuten“ seinen Fuss auf das Gelände, wurden nicht nur böse Blicke ausgetauscht: „Die „Metropol“-Leute alarmierten jeweils die Bahnpolizei“, so Ina. Heute besitzt „20 Minuten“ das Recht, ihre Zeitung in Boxen exklusiv auf dem Areal auflegen zu dürfen. „Wir bezahlen der SBB einen happigen Betrag dafür“, sagt der Geschäftsführer Rolf Bollmann. Das Gelände dürfen die Verteiler hingegen noch immer nicht betreten. So steht Ines in einer Pfütze neben dem Bahnhof, direkt auf einer Baustelle. Um sie herum führen Fussgängerstege zum Bahnhof oder zur gegenüberliegenden Strassenseite. „Über sieben Brücken musst du geh’n, um die liebe Ina wieder zu seh’n.“ Ein Mann gibt Ina die Hand und begrüsst sie. Ina lacht über den Spruch und nennt ihn einen Charmeur. Jeden Tag überrasche er sie mit einem anderen Spruch. Manchmal bekommt Ina von den Leuten kleine Geschenke. Eine Frau hat ihr zum Beispiel zu Weihnachten einen Brief geschrieben. Zum Valentinstag bekam sie eine Rose geschenkt. Ein anderes Mal überraschte sie eine Frau mit einer Schachtel Praliné.

Die Leute eilen vorbei und greifen nach der Zeitung. Es ist sehr kalt. Ines mit der dicken, gelben „20 Minuten“-Jacke kümmert das wenig. „Der März ist umso schöner gewesen.“ Eine Frau anfangs vierzig bleibt stehen und schimpft über das Wetter. Sie kramt in ihrer Handtasche. Mit einem Seufzer überreicht sie Ines ein paar Hustenbonbons und grinst verschmitzt. Gebeugt läuft sie weiter. Ina schmunzelt und ruft ihr freundlich hinterher: „Und morgen scheint die Sonne wieder!“

Die Gratiszeitung „20 Minuten“ gehört dem norwegischen Schibsted-Verlag und der Investmentgesellschaften Müller-Möhl sowie der Apax. Das Blatt erscheint in den Städten Barcelona, Madrid und Paris. In der Schweiz erscheint „20 Minuten“ in den Grossräumen Zürich, Basel und Bern. Die Zürcher Ausgabe wird im österreichischen Vorarlberg gedruckt, während die Berner und Basler Ausgabe in Aarau gedruckt wird. Im November 2000 beschloss die Tamedia AG eine eigene Pendlerzeitung zu lancieren. Eine Drohgebärde gegenüber der „20 Minuten“ Holding, denn zwei Gratiszeitungen hätten kaum überlebt. Am 21. März dieses Jahres, einen Tag vor dem Start der neuen Gratiszeitung „Express“, hat die 20 Minuten Holding dem Druck nachgegeben. Die Tamedia AG hat zusammen mit der Berner BZ-Gruppe 49,5 Prozent von 20 Minuten übernommen. Wie viel die Tamedia bezahlen muss, ist vom Geschäftserfolg der Pendlerzeitung in den nächsten drei Jahren abhängig. Bis zu diesem Zeitpunkt bleibt die Mehrheit bei den bisherigen Besitzern. Das Blatt erreicht in der Schweiz derzeit 526'000 Leser. Eine Zeitung wird durchschnittlich von zwei Personen gelesen. In zwei Jahren ist laut Tamedia Unternehmenschef Martin Kall eine Expansion in die Gebiete Ostschweiz und Luzern denkbar. „20 Minuten“ wird an SBB-Stationen, Tramstationen, in grossen Unternehmen vertrieben und in Zeitungsboxen aufgelegt. Insgesamt sind es 2200 Vertriebsstellen.