

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/66148/1602204/11-european-newspaper-congress-paid-content-soll-qualitaet-retten> abgerufen werden.



11. European Newspaper Congress: Paid Content soll Qualität retten

26.04.2010 - 13:35 Uhr, Medienfachverlag Oberauer GmbH

Wien (ots) - "Wir wollen auf Paid Content als wichtige Säule der Finanzierung von Qualitätsjournalismus nicht verzichten", versicherte Romanus Otte, General Manager der deutschen "Welt"-Gruppe, am Montag beim Publishers Forum des 11. European Newspaper Congress in Wien. Dass sich die Medien in einer mit Risiken verbundenen Übergangszeit befänden, sei völlig normal. Es gäbe keinen Grund, die an "Auto-Aggressivität grenzende Haltung" mancher Medienmacher fortzusetzen. Otte nannte zwei publizistische Hauptvoraussetzungen, damit die Print-Verlage die Anpassung an das Internet-Zeitalter bestehen: Inhalte und Dienste müssten durch ihre Qualität den Nutzern so viel Wert sein, dass sie dafür bezahlen. Die Verlage dürften die Beziehungen zu Kunden und Lesern nicht verlieren. Gerade dieser Punkt werde auf der Online-Ebene vernachlässigt. Laut Otte verzeichnet "Welt online" 3,74 Millionen Leser im Monat. Das seien um den Faktor 1,33 mehr Reichweite, als die gedruckten Zeitungen der Gruppe zusammen haben. Aber die große Herausforderung sei nicht die Reichweite, sondern die Monetarisierung. Die "Welt"-Gruppe versucht die Grätsche mit kostenlosen Standardangeboten auf Online, verbunden mit kostenpflichtigen "Premium"-Angeboten für regionale und lokale Berichterstattung. "Die Welt" verlangt dafür 29,99 Euro pro Monat. Auch das iPad von Apple werde auf dem Markt auf der Basis von PDFs getestet, die User über das Gerät abrufen. Das sei aber noch kein Thema, das die Bilanz 2010 verbessern werde. Zu Mischformen des Angebots rät auch der Medienjournalist Florian Treiß aus Leipzig. Der Fachausdruck dafür ist FREEMIUM - eine Methode, den Nutzern Kostproben gratis zu verschaffen und ihnen zugleich kostenpflichtige Premium-Programme anzubieten. Reine Abo-Modelle würden die Nutzer hingegen abschrecken. Stefan Weigel, Chefredakteur-Stellvertreter der "Financial Times Deutschland" ("FTD") schilderte die erheblichen Probleme, die die Wirtschaftsmedien von Gruner+Jahr seit 2008 mit der Einführung einer Zentralredaktion für eine Zeitung und drei Magazine zu bewältigen hatten. Alle vier Titel ("FTD", "Impulse", "Capital", "börse online") seien damals wie heute defizitär. Statt 310 Redakteuren hat die Gruppe nur noch 250, die Standorte Köln und München wurden aufgelassen. Als "Kulturbruch" bezeichnete Weigel die Kündigung von 110 Redakteuren. Für die ausgeschriebenen 50 freien Posten bewarben sich 1000 Anwärter. Die rechnerischen Vorteile der Zentralredaktion: Durch die Einsparung von 60 Redakteuren wurden Kosten verringert, die redaktionelle Kooperation erlaubt flexiblere Lösungen, Themenvielfalt wird besser abgedeckt. Nicht zu verhehlen sei der größere Organisationsaufwand. "Die Zusammenlegung hat funktioniert, weil das Konzept von der Redaktion entwickelt und getragen wurde. Die Lösung reicht allerdings noch nicht aus, um in die Gewinnzone zu kommen", sagt Weigel und hofft, dass auch dies spätestens 2012 geschehen werde. Der European Newspaper Congress, der größte europäische Zeitungskongress, wird veranstaltet vom Medienfachverlag Oberauer mit den Zeitschriften "medium magazin", "Der Österreichische Journalist", "Schweizer Journalist" und "Wirtschaftsjournalist" und vom deutschen Zeitungsdesigner Norbert Küpper. Sponsoren sind die Stadt Wien, JTI/Austria Tabak und Vienna Insurance. Medienpartner ist die Tageszeitung "Die Presse".

Pressekontakt:

Johann Oberauer 0043/(0)664/2216643
Thomas Oberauer 0043/(0)676/9223627

Originaltext:

Medienfachverlag Oberauer GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/66148/medienfachverlag-oberauer-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_66148.rss2