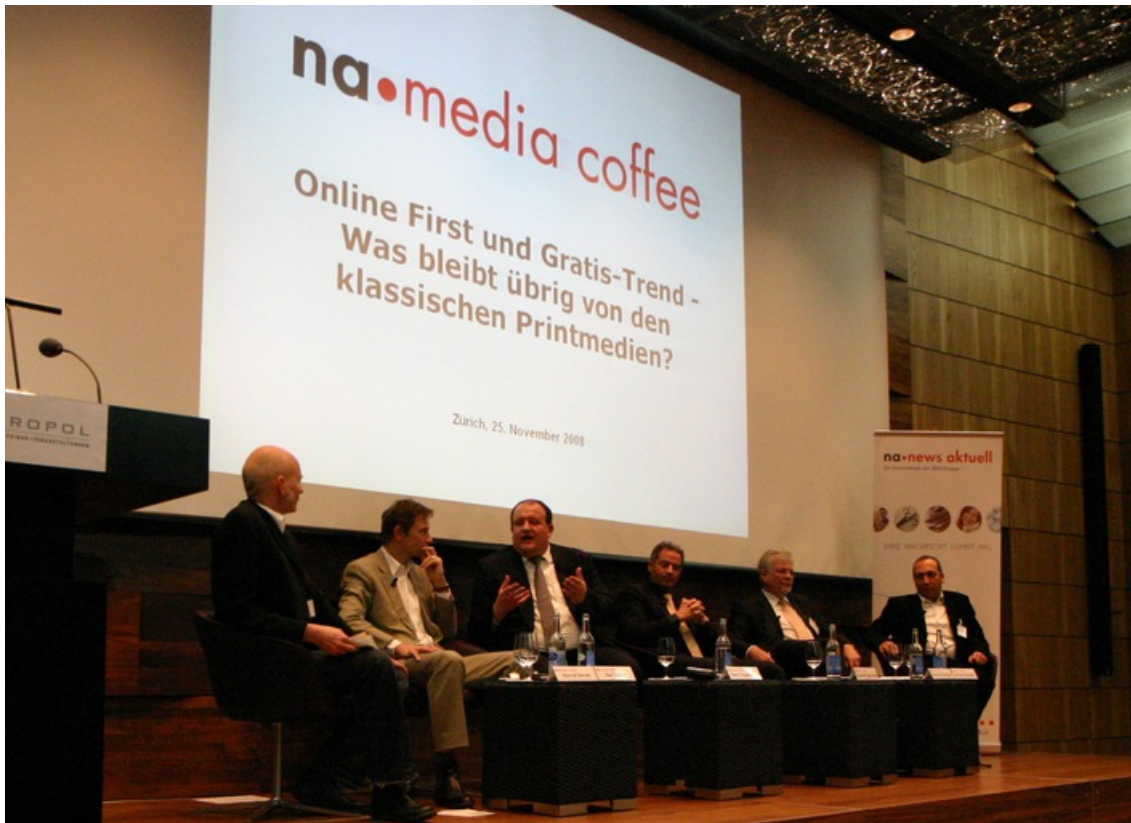


26.11.2008 - 16:50 Uhr

Die Tageszeitung von morgen: Den Leser jeden Tag überraschen



Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100000003> -

Was heute in der Tageszeitung steht, haben viele Leser bereits im Internet gelesen. Die bezahlte Tageszeitung von morgen muss daher jeden Tag aufs Neue überraschen. So lautete eine der Kernaussagen des gestrigen media coffees von news aktuell in Zürich. Mehr als 150 Mediensprecher, PR-Fachleute und Journalisten folgten der Einladung der SDA-Tochter zum Thema "Online First und Gratis-Trend: Was bleibt übrig von den klassischen Printmedien?". Marcel Bernet, Inhaber von Bernet_PR und Autor des Buches "Medienarbeit im Netz", leitete die Diskussionsrunde.

Res Strehle, Stellvertretender Chefredaktor des Tages-Anzeigers, ist überzeugt, dass die Tageszeitungen ihre Leser jeden Tag überraschen können. Dabei sei wichtig, dass sie mit guter Recherche einen Mehrwert schaffen, den er als "News Plus" bezeichnete. Die Strategie von Tamedia richte sich auf "Total Audience", also das Gesamtpublikum, um die Leser spezifisch nach ihren Bedürfnissen zu befriedigen - mit der bezahlten Tageszeitung, der Gratiszeitung oder dem Online-Portal.

Für Bernard Maissen, Chefredaktor der Schweizerischen Depeschenagentur SDA, steht der Fortbestand der Printmedien fest. Auf die Frage, ob es immer ein "smartes" Publikum geben würde, das ein "smartes" Produkt kauft, antwortete er mit einem eindeutigen "auf alle Fälle". Zeitungen würden anders aussehen, vielleicht weniger Seiten haben, aus anderen Inhalten bestehen, aber geben werde es sie immer, so Maissen. Und einen Vorteil hätten die Zeitungen: Sie seien

das einzige Medium, in dem die Nutzer Werbung akzeptierten.

Auch Sacha Wigdorovits, Initiant von .ch, sieht eine Perspektive für die bezahlten Tageszeitungen. Entscheidender Erfolgsfaktor sei aber ein bedeutender Mehrwert, den die Zeitungen bringen müssten. Vor allem die kleineren Regionalzeitungen hätten hier eine gute Chance, da sie in der regionalen Berichterstattung mehr in die Tiefe gehen könnten und damit fokussierter seien als grosse Zeitungen. Allgemein mahnte er die Verleger der bezahlten Tageszeitungen an, Fixkosten zu reduzieren, da Leserzahlen zurückgingen und Anzeigenpreise nicht gehalten werden könnten.

"Tageszeitungen sind langweilig", meinte Peter Hogenkamp, Geschäftsführer der Blogwerk AG. Er wolle beim Lesen klicken können und bei Interesse weitere Informationen abrufen. Dies sei in der Zeitung nicht möglich, auch wenn dort die Qualität der Texte höher sei als online. Er zeigte sich skeptisch, dass bei den schnellen technologischen Entwicklungen die 14-jährigen von heute in 10 Jahren eine bezahlte Zeitung lesen. Auch sei unklar, ob die Gratiskultur anhalte. Wer wisse schon, ob man in der Zukunft nicht doch mit Content Geld verdienen könne. Mit neuen Newskanälen, die in den nächsten Jahren entstünden, seien auch neue Businessmodelle zu erwarten, so Hogenkamp weiter.

Norbert Neininger, Verleger und Chefredaktor der Schaffhauser Nachrichten sowie Verwaltungsratspräsident der news1.AG, warnte die Verleger davor, die Situation zu dramatisieren. Bei den verschiedenen Mediengattungen, die den klassischen Printmedien inzwischen Konkurrenz machten, sei es erstaunlich, wie stabil das Tageszeitungsmodell nach wie vor ist. In seinen Augen sei es ohnehin ganz wunderbar, in der Zeitung einmal am Tag eine Zusammenfassung der wichtigsten Informationen zu bekommen. Zu dem Argument, Inhalte von Tageszeitungen seien bei Erscheinen bereits veraltet, entgegnete Neininger: "Wenn Sie wirklich aktuell informiert sein wollen, müssen Sie schon den ganzen Tag lesen."

Kontakt:

news aktuell (Schweiz) AG
Andrea Menken
Marketing Managerin
Tel.: +41/43/960'68'10
E-Mail: menken@newsaktuell.ch

Medieninhalte



media coffee der SDA-Tochter news aktuell in Zürich: v.l.n.r.: Marcel Bernet, Inhaber Bernet_PR und Buchautor "Medienarbeit im Netz" (Moderation); Res Strehle, Stellvertretender Chefredaktor Tages-Anzeiger; Peter Hogenkamp Geschäftsführer Blogwerk AG; Sacha Wigdorovits, Partner Contract Media AG und Initiant von .ch; Norbert Neininger, Verleger/Chefredaktor Schaffhauser Nachrichten und Verwaltungsratspräsident der news1.AG; Bernard Maissen, Chefredaktor SDA beim media coffee der SDA-Tochter news aktuell in Zürich. Titel: "Online First und Gratis-Trend: Was bleibt übrig von den klassischen Printmedien?" Weiterer Text ueber ots und unter <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) ag"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003/100574173> abgerufen werden.