Medienfachverlag Oberauer GmbH

21.04.2015 – 09:05 Uhr

"20 Minuten" in Dänemark: Wie alles anders wird, wenn ein Markt hoch digitalisiert ist

Wien (ots) -

"20 Minuten" ist eine der größten Medien-Erfolgsgeschichten Europas. In der Schweiz hat sich der Gratistitel in nur sieben Jahren als größte Tageszeitung und größtes Online-News-Portal etabliert. Nach dem Start in der Deutsch-Schweiz brachte die Tamedia das Konzept erfolgreich in die Westschweiz, ins Tessin und nach Luxemburg. Seit zwei Jahren versucht der Schweizer Verlag nun den dänischen Markt aufzumischen - und kämpft dabei gegen einen stark rückläufigen Printmarkt und die hohe Digitalisierung in Skandinavien an. Eine Entwicklung auf die sich auch andere Medienmacher vorbereiten müssen? Können dabei die Erfahrungen von "20 Minuten" in Dänemark helfen?

Marcel Kohler erklärt beim European Newspaper Congress 2015 in Wien, wie "20 Minuten" in fünf verschiedenen Märkten mit vier Sprachen arbeitet, was in allen Märkten funktioniert und wie man in Dänemark mit den besonderen Umständen umgeht.

Der 16. European Newspaper Congress vom 3. bis 5. Mai im Wiener Rathaus ist Treffpunkt für rund 500 Chefredakteure und Medienmanager, die sich über brauchbare Zukunftsprojekte ihrer Branche austauschen. Dazu werden zahlreiche außergewöhnliche Case Studies europäischer Medienhäuser präsentiert. Weitere große Themen sind "Medien-Startups und Medien" und der Innovationsreport der "New York Times".

Der European Newspaper Congress wird vom Medienfachverlag Johann Oberauer und von Norbert Küpper, Zeitungsdesigner in Deutschland, veranstaltet. Kooperationspartner wie die Stadt Wien, Austria Tabak/JTI, die OMV und der Verband der Österreichischen Zeitungsverleger unterstützen maßgeblich die Veranstaltung.

Das komplette Programm und Anmeldung: www.newspaper-congress.eu

Kontakt:

Johann Oberauer, johann.oberauer@oberauer.com , Tel. 0043 664 2216643

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100771486 abgerufen werden.