

16.05.2006 - 13:20 Uhr

"Nur schnelle Zeitungen machen junge Leser glücklich"

Wien (ots) -

"Junge Leser sind glücklich, wenn sie mit ihrer Zeitung schnell fertig sind. Dazu braucht es kurze, neutrale Texte, die einfach gegliedert sind und schnell zur Sache kommen. Das machen derzeit die Gratiszeitungen am besten und daher sind sie auch so erfolgreich bei den jungen Lesern", erklärte Peter Rothenbühler, Chefredakteur der Schweizer Tageszeitung Le Matin und einer der kreativsten Zeitungsmacher der Schweiz, beim European Newspaper Congress, der heute in Wien zu Ende geht. "Gratis ist für junge Leser heute gar keine Frage mehr, die nehmen das einfach hin", sagte Rothenbühler.

Die gute Nachricht im Zusammenhang mit Gratiszeitung ist, dass es wieder gelingt, junge Leute für die Tageszeitung zu begeistern und das sei eine "Revolution", so Rothenbühler. Die Hoffnung, dass die jungen Leute später automatisch zu zahlenden Lesern werden, könnte täuschen, meinte der Schweizer Chefredakteur.

"Die Jungen werden nicht zu den Kaufzeitungen kommen, die Kaufzeitungen müssen zu den Jungen kommen", sagte Rothenbühler. Eine große Gefahr sieht der Schweizer Zeitungsmacher darin, dass die Gratiszeitungen die jungen Leser durch das ganze Leben begleiten wollen, und ihnen dies mit einer Fülle von Zusatztitel auch gelingt. Dabei sei es durchaus denkbar, dass die derzeit kostenlos vertriebenen Titel einzelne Produkte gegen Bezahlung anbieten. "Die Gratiszeitungen sind auf dem besten Weg, die besseren Kaufzeitungen zu werden und wir müsse alle sehr aufpassen, dass wir diese Entwicklung nicht übersehen", warnte Rothenbühler.

In der Westschweiz macht Rothenbühler seit sechs Monaten mit Le Matin bleu eine tägliche Gratiszeitung, die im Format und in der Optik ähnlich wie die Kaufzeitung Le Matin aussieht, die er als Chefredakteur ebenfalls verantwortet. Der Markteintritt von Mitbewerber 20 Minuten hat den Rothenbühler zur Gründung der Gratiszeitung gezwungen. Man habe befürchtet, dass man bei der Kaufzeitung mindestens 10.000 Exemplare Auflage von mehr als 70.000 verkauften Exemplaren verlieren würde. Tatsächlich hat die Kaufzeitung Le Matin praktisch nichts verloren, sagte Rothenbühler. Im Vergleich zum April der Vorjahres überhaupt nichts und im Vergleich zum Oktober des Vorjahres "verkaufen wir 3.000 Exemplare am Tag weniger".

"Gott und die Welt in den Medien - die neue journalistische Gratwanderung zwischen Pressefreiheit, Religion, Toleranz und Verantwortung" ist der Titel des "European Editors Forum", bildete den Auftakt am heutigen Kongresstag. Unter der Leitung von "Presse"-Chefredakteur Michael Fleischhacker begründeten führende Zeitungsmacher ihren künftigen Umgang mit diesem hochsensiblen Thema.

Der European Newspaper Congress endet heute mit der Auszeichnung der besten Zeitungsmacher Europas. Knapp 500 Chefredakteure und Verlagsmanager aus ganz Europa waren für drei Tagen nach Wien gekommen, um über die Zukunft der Zeitung zu diskutieren. Veranstalter des größten europäischen Zeitungskongresses sind der Medienfachverlag Oberauer und das Büro für Zeitungsdesign in Meerbusch in Deutschland.

Nationaler Veranstalter ist die Branchenzeitschrift "Der

Österreichische Journalist". Das Projekt wird mitgetragen von europäischen Medienfachzeitschriften, in Deutschland durch das "MediumMagazin", in der Schweiz durch den "Schweizer Journalist".

Der "European Newspaper Congress" wird unterstützt durch die Stadt Wien, die Wiener Stadtwerke und als Medienpartner durch die österreichische Tageszeitung "Die Presse".

Pressekontakt:

Weitere Infos: Johann Oberauer, eMail: johann.oberauer@oberauer.com,
Tel. +43/6225/2700-12;
Norbert Küpper, eMail: nkuepper@zeitungsdesign.de,
Tel. +49/ 2159/91 16 15

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100509645> abgerufen werden.