

28.04.2009 - 12:32 Uhr

"Qualität von Zeitungen wichtiger als Umfang"

Wien (ots) -

Wenn schon sparen, dann bitte nicht bei der Qualität:

Auf diesen Grundsatz konnten sich die Chefredakteure wichtiger Zeitungen einigen, die am zweiten Tag beim "European Newspaper Congress" in Wien über das "Medienjahr 2009 - Krise oder Chance" diskutierten.

Wobei Peter Stefan Herbst von der "Saarbrücker Zeitung" von vornherein relativierte: Was Verleger und Journalisten derzeit erlebten, sei keine Katastrophe, sondern eine Krise, und das ganze Leben bestehe aus Krisen. Uwe Vorkötter legte sogar eins drauf: Seine "Frankfurter Rundschau" sei gegenüber dem Krisenjahr 2001 geradezu in einem "ausgesprochen komfortablen Zustand", weil die Eigentümerverhältnisse stimmen und die Zeitung gründliche reformiert worden sei.

Was aber konkret tun, um am Ende der schwierigen Phase gut auszusteigen, fragte die Diskussionsleiterin Bascha Mika von der Berliner "taz". Kurzfristig die Kosten runterfahren, aber nicht die Qualität, riet Herbst und war damit eines Sinnes mit Matthias Geering von der "Basler Zeitung". "Wir müssen den Abo-Preis bei unseren Kunden rechtfertigen", sagte Herbst. Vorkötter nahm in dem Zusammenhang auch das Wort "Synergien" in den Mund, obwohl es für Journalisten nicht sympathisch klinge: "Auf Gebieten, auf denen wir nicht Konkurrenten sind, können wir Partner sein", sagte er und forderte damit Redaktionen und Verlage zu intensiverer Zusammenarbeit auf.

Übereinstimmung bestand auch darin, dass die Zeitungen genau prüfen müssten, was für ihre Leser unentbehrlich sei und was andererseits ohne große Einbußen kostensparend gestrichen werden könnte. Wenn Qualität gehalten werde, wären die Kunden sogar bereit, einen Preiserhöhung trotz Reduzierung der Quantität zu schlucken.

Auch Christian Ortner von den "Vorarlberger Nachrichten" hält wenig davon, Umfänge künstlich aufzublähen. Er arbeitete die singuläre Stellung des Vorarlberger Medienhauses heraus, das sich auf Lokal- und Regionalberichterstattung konzentrierte. Auch wenn bei den Stellenmarktanzeigen 30 Prozent weggebrochen seien, gebe es keinen Grund zu Panik. "Wir haben in den guten Zeiten nicht über unsere Verhältnisse gelebt." Das Rezept der VN sei Service zum Vorteil der Leser. Die "Überblickszeitung" sei nach wie vor ein gängiges Modell, die Menschen wollten Orientierung. Die Zeitung biete eine solche, das Internet nicht, obwohl im Internet alles zu finden sei.

Mehr als 500 Chefredakteure und Medienführungskräfte diskutieren seit Sonntag bei diesem größten europäischen Zeitungskongress die Zukunft ihrer Branche. Im Mittelpunkt steht die Wirtschaftskrise, die sich inzwischen vielerorts auch zu einer Medienkrise ausgewachsen hat. Bei einem Galaabend wurden am Montag die besten Zeitungsmacher Europas ausgezeichnet.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Johann Oberauer, Tel. 0043 664 2216643

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100582039> abgerufen werden.