

13.05.2009 - 10:52 Uhr

Absage an die Paid Content-Modelle der Verlage

Hamburg (ots) -

Paid Content ist kein wirksames Instrument, um im Internet Geld zu verdienen. Die deutschen Verlage sind weiter auf der Suche nach Finanzierungsmodellen und erteilen bezahlten Inhalten eine Absage. So lautet das Fazit einer Diskussionsveranstaltung von news aktuell in Frankfurt. Mehr als 200 Kommunikationsfachleute kamen gestern zum media coffee der dpa-Tochter ins Museum für Kommunikation. Moderiert wurde der Abend von Medienautor Kai-Hinrich Renner vom Hamburger Abendblatt.

"Mit Paid Content Geld zu verdienen, war vor einigen Jahren ein schöner Traum. Jetzt stellen sich einige hin und sagen, wir wollen diesen Traum nochmal träumen. Auch die werden wieder aufwachen und merken, dass es nicht funktioniert", prophezeite Chefredakteur Dr. Uwe Vorkötter von der Frankfurter Rundschau. Er betonte dagegen, dass große Verlage stärker als bisher auf Synergieeffekte setzen müssen. "Da, wo sich die Identitäten verschiedener Titel nicht berühren, kann man Inhalte austauschen. Wir nutzen unsere Ressourcen so, dass wir nicht doppelt und dreifach arbeiten, wo es nicht nötig ist. Das ist der Schlüssel, um am Ende erfolgreich zu sein." Auch Frank Thomsen, Chefredakteur von stern.de, ist nicht der Meinung, dass Bezahlinhalte eine Möglichkeit sind, die Internetangebote der Verlage in Zukunft profitabel zu machen. "Ich glaube nicht, dass es in Deutschland ein Kartell für Paid Content geben wird. Und wir werden da auch nicht vorpreschen. Das wäre Selbstmord." Thomson apellierte vielmehr an die Branche, mehr Augenmerk auf ihr Kernprodukt zu legen. "Wir dürfen nicht ausschließlich über Geld reden. Nur wenn wir guten Journalismus machen, werden wir überhaupt die Chance haben, gekauft zu werden."

Eine ähnliche Auffassung vertrat Christoph Amend, Redaktionsleiter des ZEITmagazins, das kürzlich erst zum Lead Magazin des Jahres 2009 gekürt wurde. Er kritisierte, die Printtitel seien teilweise selbst verantwortlich dafür, dass sich Konsumenten von ihnen abwenden. "Wenn man in den Tageszeitungen kaum Inhalte findet, die von eigenen Autoren stammen, dann liefern die Blätter selbst die beste Entschuldigung, warum die Leser sie nicht mehr lesen." Er forderte mehr Kreativität und ist überzeugt davon, dass das Konzept Zeitung weiterhin eine Zukunft hat. "Leser sind bereit, Geld für eine Zeitung auszugeben, wenn sie eigene tiefgründige Inhalte bietet. Wenn es Geschichten gibt, die sie woanders nicht bekommen." Etwas weniger Optimismus in Bezug auf die klassischen Medien zeigte Handelsblatt-Reporter und Blogger Thomas Knüwer. Er sieht weitere Abbauwellen in den Redaktionen kommen und bezeichnete auch die technische Basis vieler News-Angebote im Netz als Besorgnis erregend. "Die Redaktionskapazitäten sinken, die Ansprüche steigen", resümierte der Autor des bekannten Blogs "Indiskretion Ehrensache". Außerdem verwies der Medienexperte darauf hin, dass es den Verlagen bisher nicht gelungen sei, das Produkt Zeitung bei jungen Menschen erfolgreich zu positionieren. "Da werden Fehler im Marketing gemacht." Auch kritisierte Knüwer, dass viele Zeitungshäuser ihre wahren Abonnentenzahlen verschleiern, in dem sie die Leser mit hochwertigen Geschenken locken. "Wir dürfen uns nicht in die Tasche lügen. Wenn es statt des iPods nur noch die Billig-Kaffeemaschine als Geschenk für neue Abonnenten gibt, dann erst sehen wir die tatsächliche Käuferstruktur."

Weitere Informationen zur Veranstaltungsreihe:

www.mediacoffee.de

Gesammelte Twitter-Beiträge zum media coffee gestern:

<http://search.twitter.com/search?q=%23mediacoffee>

Weitere Veranstaltungen "Gewinner und Auslaufmodelle - Wer profitiert von der Medienkrise?":

MÜNCHEN, Montag, 15.06.2009, 18:30 Uhr, hbw - Haus der Bayerischen Wirtschaft, Max-Joseph-Straße 5, 80333 München,
www.mediacoffee.de/node/244

DÜSSELDORF, Mittwoch, 26.08.2009, 18:30 Uhr, Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Kasernenstraße 36, 40213 Düsseldorf
www.mediacoffee.de/node/532

BERLIN, Mittwoch, 07.10.2009, 18:30 Uhr, Stiftungshaus der Heinrich-Böll-Stiftung e.V., Schumannstr. 8, 10117 Berlin
www.mediacoffee.de/node/245

Ein Video zur Veranstaltung wird news aktuell heute gegen 11.30 Uhr veröffentlichen.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

news aktuell GmbH
Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 32843
Fax: 040/4113 - 32855
petersen@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100583103> abgerufen werden.