

07.04.2016 – 15:03 Uhr

Meilenstein in der Leserforschung: "20 Minuten" entschlüsselt das Wesen der Frau

Wien (ots) -

Auch wenn man erst am Anfang steht, die Schweizer Gratiszeitung "20 Minuten" hat einen Meilenstein in der Leserforschung gesetzt. Mit der neuen App sammelt "20 Minuten" mittels Log-in soziodemografische Daten, die dann mit den Inhalten kombiniert werden. Rund 100.000 Datensätze hat die Redaktion bereits und sie weiß so exakt, wer welche Inhalte konsumiert. Besonders nimmt man sich dabei den Frauen an, von denen man schon lange weiß, dass sie einzelne Themenbereiche komplett ausblenden. Immerhin stellen sie die Hälfte der Leserschaft da. "20 Minuten" geht nun der Frage nach, wie man das ändern kann. Peter Wälty, Leiter digitale Innovationen von "20 Minuten", und Marco Boselli, Chefredakteur von "20 Minuten", erklären beim European Newspaper Congress in Wien, was sie aus ihren Daten bereits erkennen und wie sie diese Erkenntnisse in der Redaktion umsetzen.

Der European Newspaper Congress startet am 1. Mai. Rund 500 Chefredakteure und Medienmanager diskutieren drei Tage über die Zukunft ihrer Branche. "Constructive Journalism - Hope or Hype?" ist einer von vielen Themenschwerpunkten. Trendforscher Matthias Horx geht bei seiner Keynote davon aus, dass aufgrund der bisherigen Entwicklung die Zukunft der Medien deutlich besser absehbar ist, als bisher angenommen war. Dazu werden außergewöhnliche Medienmacher aus ganz Europa ihre Projekte präsentieren.

Der European Newspaper Congress wird vom Medienfachverlag Johann Oberauer und Norbert Küpper, Zeitungsdesigner in Deutschland, veranstaltet. Kooperationspartner wie JTI, die Stadt Wien 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/100005497/100786332> abgerufen werden.