



Vom Fach

Eric Gujer (NZZ), Nils von der Kall (*Die Zeit*), Lucy Küng (Reuters Institute, Universität Oxford), Christopher Pramstaller (SZ), Markus Mair (VÖZ).

Vorsprung im digitalen Wandel

Zeitungsmatinee des VÖZ: Digitalisierung der Medienwelt und Zukunftsstrategien für das Zeitungsgeschäft.

WIEN. Am 27. Juni lud der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) anlässlich seiner 66. Generalversammlung in den Wiener Ringturm. VÖZ-Präsident Markus Mair begrüßte rund 100 Gäste sowie die Referenten Eric Gujer (NZZ-Chefredakteur), Nils von der Kall (Zeit-Verlagsleiter Marketing und Vertrieb), Christopher Pramstaller (Audience Editor *Süddeutsche Zeitung*) und Lucy Küng (Reuters Institute, Universität Oxford). Im Mittelpunkt ihrer Vorträge stand die Digitalisierung der Medienwelt und deren Auswirkungen auf das Zeitungsgeschäft.

Digitalisierung – was nun?

„Eine Zeitung muss unverwechselbar sein. Sie differenziert sich durch ihre politische Haltung, ihren ganz eigenen Blick auf die Welt und die Einzigartigkeit ihres Angebots“, sagte Eric Gujer in seinem Vortrag. Umso wich-

tiger sei es, Inhalte auf Augenhöhe mit und entsprechend den Bedürfnissen der Leser zu produzieren. Ein besonderer Mehrwert des Qualitätsjournalismus für den Leser sei, dass er seiner Zeitung *vertrauen* kann – bei Online-Inhalten müsste er die Vertrauenswürdigkeit der Quelle stets aufwendig überprüfen.

Nils von der Kall stellte vier Thesen für den Erfolg im digitalen Zeitalter in den Raum: „1. Zeitung ist, was man daraus macht; 2. Nur ein bekannter Leser ist ein guter Leser; 3. Es geht nicht mehr um Print oder Digital. Es geht um Journalismus; 4. Das Kapital ist die Marke.“

„Not everything that counts can be counted, and not everything that can be counted counts.“ Mit diesem Zitat von William Bruce fasste Christopher Pramstaller die Gefahrenquellen zusammen, die eine zu große Fixiertheit auf Metriken und Daten birgt.

Lucy Küng steckte zum Abschluss eine strategische „Roadmap“ für das „Wie“ der erfolgreichen Digitalen Transformation ab. Gezielt für Entscheider im Medienbereich gab sie Handlungsempfehlungen, wie das „Going Digital“ gelingen kann.

Ihr erster Ratschlag: „Stecken Sie so viel Einsatz und Gewicht in die Transformation der Organisation, wie Sie in das Produkt stecken.“

Qualität bleibt Erfolgsfaktor

„Die digitale Transformation der Zeitungen und Magazine ist längst Realität. Wesentlicher Erfolgsfaktor neben gutem Management und innovativen Produkten ist und bleibt hochqualitativer Journalismus, dem die Leser vertrauen“, fasste Markus Maier die Erkenntnisse der Matinee zusammen. Im Anschluss tagte die Generalversammlung, und traditionell fand der Tag mit dem VÖZ-Heurigenabend seinen Abschluss (lesen Sie mehr dazu auf Seite 34). (red)



VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger, Markus Mair, Eric Gujer.