



„Paid Content“ Sichern Bezahlinhalte die Zukunft der Zeitung im Internet?

DJV, 21.11.2009, ZDF, Mainz



Viele offene Fragen...

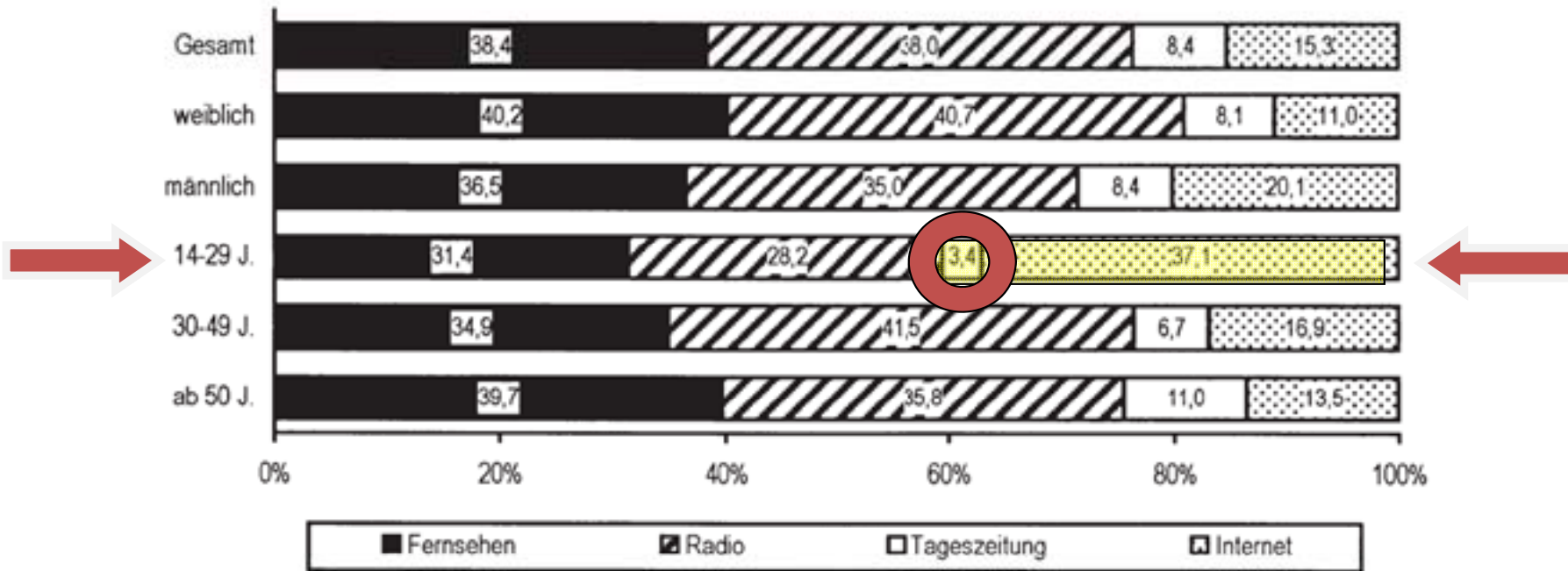
- Bleibt eine Gesellschaft mit Häppchenjournalismus demokratiefähig?
- Lässt sich Qualitätsjournalismus in Zeiten der Anzeigenkrise noch finanzieren?
- Werden Internetnutzer irgendwann für journalistische Inhalte online bezahlen?
- Was wird die Technik noch alles verändern?
- Welche Rolle spielen künftig Journalisten?

***„Erwachsene Menschen glauben,
dass die Welt genau so ist, wie
sie war, als sie selbst
aufgewachsen sind.
Alles, was jetzt passiert, ist eine
Ausnahme“***

Mediennutzung

Abb. 2 Intermediale Nutzungsanteile zwischen Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet nach demografischen Merkmalen 2008

Anteile an der jeweiligen zusammengefassten Nutzungsdauer der vier Medien, mindestens tägliche Nutzer, in %



Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (n=1 802).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2008.

Zehn Thesen zu Thema

1. Es gilt den Kampf um die Aufmerksamkeit zu gewinnen
2. Nur Fans sichern die Existenz
3. Suchmaschinen zerstören das Modell des „Medienprodukts“
4. Bezahlte wird für Nutzwert
5. Spezialinhalte haben es leichter

Zehn Thesen zu Thema

6. Usability ist entscheidend
7. „Freemium“ ist ein Geschäftsmodell
8. „Qualität“ ist ein relativer Begriff
9. Bislang haben die wenigsten Zeitungen die Vermarktung über ein Anzeigenmodell überhaupt versucht
10. Es gibt keine Bestandsgarantien



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit

kr@risolutions.de

