

Auf dem Weg zu mehr Bezahlung

Mut machende Beispiele und viel Know-how beim Expertenforum der VDZ Zeitschriften Akademie

Hamburg, 1. Juni 2010 – „Es gibt kein einheitliches Erfolgsmodell für Paid Content, sondern die Verlage müssen ihren eigenen Weg ausloten. Es gelte vor allem, unverwechselbaren Mehrwert für die User zu schaffen und ihnen zu vermitteln, so Francois Bonnet, Chief Editor und Co-Founder Mediapart.fr und erster Redner des Paid Content Expertenforums der VDZ Zeitschriften Akademie in Hamburg.

Zuvor hatte Dr. Bastian Schwithal, Leiter Expertenforen der VDZ Zeitschriften Akademie, vor über 100 Gästen und 20 Experten eröffnet. Dr. Schwithal sieht beim Thema Paid Content eine gewaltige Aufgabe der Verlage, denen es gelingen muss, Geld zu verdienen, indem sie wertvolle Inhalte generieren und an immer anspruchsvollere Kunden distribuieren.

Mut macht das verlegerische preisgekrönte Online-Modell, das Francois Bonnet präsentierte. Mediapart.fr steht für einen hochqualitativen und investigativen Journalismus als Bezahlmodell im Internet. Bonnet ermutigte die Medienvertreter, Bezahlhalte im Internet zu entwickeln, indem er die Erfolge des Magazins Mediapart.fr präsentierte. Dieses habe sich mit langen, gründlichen und hintergründigen Artikeln Freunde gemacht und sei genau das Gegenteil der dem Internet zugeschriebenen Praxis. Mittlerweile habe Mediapart.fr weit über 20.000 Abonnenten.

Über die Erfolgsfaktoren von der Produktseite sprach Felix Nickl, Managing Director Greenwich Consulting. Dazu gehören unter anderem digitaler Mehrwert, kanalspezifische Angebote, geeignete Preismodelle und Bezahlmethoden.

Annette Erhardt vom Beratungshaus Simon&Kucher gab Orientierung über das Pricing, das derzeit durch unterschiedlichste Modelle und Preise gekennzeichnet sei. Die Schwierigkeit bestehe darin, Paid Content einzuführen, ohne zu viele User zu verlieren. Dieser Übergang sei schwierig. Wichtig sei es, im Produkt- und Kanalmix zu klären, woher die Erlöse kommen sollen. Statt eines Kosten-plus-getriebenen Ansatzes sei ein wertorientiertes Pricing zu empfehlen. Im Übrigen läge die Zahlungsbereitschaft bei News-Apps – so eine neue Studie – zwischen zwei und drei Euro. Diese Zahlungsbereitschaft dürfe durch niedrigpreisige Angebote nicht kaputtgemacht werden.

Harald Eisenächer, Deutsche Telekom, plädierte für Partnerschaften als Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg der neuen Geschäftsmodelle.

Dr. Olaf Conrad, Geschäftsführer des DPV, Sprecher der VDZ-AG ePublishing betonte, dass Verlage von der neuen Geräte-Entwicklung profitieren würden. Das iPad biete neue Chancen, aber das damit verbundene Geschäftsmodell berge auch Risiken für Verlage. Auf die Verlage kämen Herausforderungen zu, neue Plattformen zu entwickeln, neue Spielregeln aufzustellen und so attraktive Zielgruppen zu gewinnen.

Die „zweite Halbzeit“ wird fortgesetzt unter anderem mit Beiträgen zum Thema „Kostspflichtiger Inhalte aus der Nutzerperspektive (Susanne Fittkau, Fittkau&Maaß Consulting), zur Frage der Inhalte (Dr. Ulrich Schmitz, Axel Springer). Schließlich diskutiert ein Expertenpanel zur Frage, wie die Nutzer zur Kasse gebeten werden können.

Berichte des Expertenforums können Sie auch auf Facebook und Twitter verfolgen.

Weitere Informationen:

Peter Klotzki
Geschäftsführer Kommunikation
VDZ Zeitschriften Akademie GmbH
Tel: +49 (30) 72 62 98-162
E-Mail: p.klotzki@vdz.de
Internet: www.zeitschriften-akademie.de

Über die VDZ Zeitschriften Akademie:

Die VDZ Zeitschriften Akademie unterstützt die deutschen Zeitschriftenverlage seit 1993 bei der Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter in einem sich dynamisch entwickelnden Medienmarkt. Nach dem Grundsatz „Aus der Praxis für die Praxis“ geben Experten aus der Verlags- und Medienbranche ihr Wissen in Seminaren, Zertifikatskursen, Expertenforen und Kongressen an die Teilnehmer weiter. Außerdem im Angebot der VDZ Zeitschriften Akademie: internationale Studienreisen, akademische Programme und die VDZ Sommerakademie sowie weitere Serviceangebote wie das Verzeichnis „VDZ Mediendienstleister“. Die VDZ Zeitschriften Akademie richtet sich an alle Beschäftigte der Medienbranche, vor allem aber an die Beschäftigten der Zeitschriftenverlage – bei Publikumszeitschriften wie bei Fachzeitschriften. Jährlich werden von uns etwa 2.000 Teilnehmer aus- oder weitergebildet. Weitere Informationen unter: www.zeitschriften-akademie.de oder www.vdz.de