

Online aktuell und einmal pro Woche Print

Lokale Wochenzeitungen haben gegenüber Tageszeitungen zwei Vorteile: niedrigere Druckkosten und ein besser auf die Lesegewohnheiten abgestimmtes Produkt. In Österreich lässt sich schon heute erkennen, wie sich lokale Märkte womöglich auch in anderen Ländern entwickeln könnten.

Von DR. MATTHIAS MÖLLER

Im Markt für lokale Nachrichten haben Wochenblätter gegenüber Tageszeitungen einen Vorteil, der möglicherweise in Zukunft weiter an Gewicht gewinnen kann: die Kombination aus einem Online-Auftritt, wo Leser jederzeit die aktuellen Nachrichten finden, und einem wöchentlich erscheinenden Printmedium, in dem das wichtigste der Woche redaktionell aufbereitet ist. Vor dem Hintergrund der Druckkosten als auch der Leser-Gewohnheiten ist dieser Ansatz zukunftsweisend.

Online lokale Themen abdecken

Deutlich wird das am Beispiel der Regionalmedien Austria (RMA), die als lokale Wochenzeitung sowohl in Print als auch im Onlinebereich Zuwächse verbuchen kann – ganz im Gegensatz zu vielen lokalen Tageszeitungen. Die RMA bündelt 129 lokale Wochenzeitungen unter ihrem Dach. Die Zeitungen werden kostenlos an die Leser vor Ort verteilt. Mit einer Auflage von 3,3 Millionen und einer nationalen Reichweite von 53,5% bei den gedruckten Medien ist RMA Nummer 1 am österreichischen Zeitungsmarkt und größter medialer Nahversorger. Die Reichweite im Print konnte in den letzten Jahren sogar noch ausgebaut werden.

Seit 2010 baut die RMA auch ihre Stellung im Online-Markt aus und will dem Leser für möglichst jedes

lokale Thema ein redaktionelles Angebot bieten. Um diese Vision zu erreichen, hat die RMA mit der Einführung des cloudbasierten Redaktionssystems von Gogol Publishing begonnen, externen Autoren – auch Kontributoren genannt – Zugriff auf den Produktionsprozess zu geben. Neben den Redakteuren können nun Vereine, Blogger, lokale Persönlichkeiten oder auch einfache Bürger Artikel verfassen und auf dem Nachrichtenportal meinbezirk.at veröffentlichen. Alle Autoren haben dabei jederzeit und von überall aus Zugriff auf das Redaktionssystem – wenn es sein muss auch direkt vom Ort des Geschehens über eine mobile Reporter-App, mit deren Hilfe Inhalte direkt hochgeladen werden können. Das System selbst wiederum ist so einfach und intuitiv nutzbar, dass es ohne Schulungsaufwand bedient werden kann.

Damit die Inhalte auch beim Leser ankommen, sind sie auf Reichweite optimiert und überall dort präsent, wo die Leser ihre Reise im Internet

starten – also auf Google, Facebook oder vielen weiteren Social-Media-Portalen. Dadurch wurde die Anzahl an lokalen Beiträgen verdoppelt und die der Visits um 700% in drei Jahren gesteigert.

Effizientes Zeitungsmachen

Nicht nur online, sondern auch bei der Produktion der gedruckten Zeitung stellt man sich auf die neuen Herausforderungen ein. Bei der RMA sichert ein durchgängig verbundener und digitalisierter Produktionsworkflow – komplett im Browser – den Zugriff auf alle Daten im Produktionsprozess. Zusätzlich können die Informationen ohne weiteren Aufwand für ein intelligentes E-Paper weiter verwendet werden. Denn die Software weiß immer, welcher Artikel wo steht, ob es online noch weitere Bilder, Videos oder sonstige interessante Metadaten gibt, und kann diese automatisch in das E-Paper einbauen.

Redakteure haben Zugriff auf alle Inhalte aus dem Online-Portal und können diese durch eine dynamische Template-Logik komplett im Browser ohne den Einsatz von Zusatzsoftware – fast wie im offenen Indesign – setzen und bis zum druckfertigen PDF weiterverarbeiten. Natürlich können auch Inhalte direkt im Produktionssystem angelegt werden, zum Beispiel bei Beiträgen, die exklusiv für das Printmedium geschrieben werden. Das System baut auf einem Indesign-

Server-Cluster auf, das im Hintergrund läuft. Die fertigen Einzelseiten werden per Mausklick an die Druckerei gesendet inklusive der richtigen Druckprofile, Bildoptimierungen und so weiter.

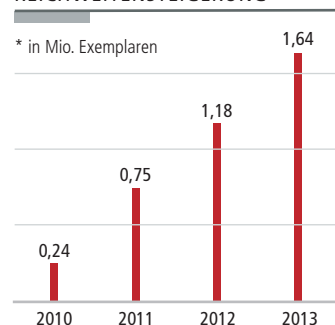
Auch die Seiten- und Ausgabenplanung erfolgt direkt im Browser. Vor- und nachgelagerte Systeme für die Anzeigenplanung oder den Anzeigenworkflow sind bruchfrei mit dem System verbunden. Zusätzlich kann von der Ausgabe per Knopfdruck ein E-Paper erzeugt werden. Dieses ist automatisch für alle Endgeräte optimiert und wird auf allen Kanälen veröffentlicht – vom Portal über für mobile Endgeräte optimierte Seiten, bis hin zur E-Paper App.

129 Zeitungen auf dem Weg ins digitale Zeitalter

Die RMA hat ihr Produkt durch den Einsatz dieses Redaktionssystems fit für das digitale Zeitalter gemacht und dabei vieles neu gedacht: Die Rolle und Arbeitsweise des Journalisten, die Art, wie das Produkt erstellt wird und auch Vermarktungsformen für die digitale Reichweite. Durch die extrem effizienten und kostensparenden Produktionsprozesse können mit der gleichen Mannschaft auch alle digitalen Kanäle erfolgreich bedient werden.

➤ www.gogol-medien.de

REICHWEITENSTEIGERUNG*



Quelle: Gogol Medien. Druckmarkt-Grafik: 4/2014.





»Die Zukunft ist ein ernstes Geschäft. Erreicht der Kunde die Zukunft vor Ihnen, sitzen Sie in der allerhintersten Reihe.«

Diese Aussage der amerikanischen Trendforscherin Faith Popcorn trifft die Situation der grafischen Branche punktgenau. Während viele glaubten, die konjunkturelle Delle sei nur vorübergehend, hat sich das gesamte Umfeld verändert. Heute erwarten Kunden von einer modernen Druckerei, dass sie fit genug ist, sich den Anforderungen einer modernen Medienarchitektur zu stellen. Der Medienmix, der Print mit elektronischen Medien verbindet, ist noch nicht das Kerngeschäft von Druckereien, doch wird diese Aufgaben zunehmend gefordert.

Deshalb sind im Management von Druckereien Personen nötig, die als Generalisten administrativ, organisatorisch und mit viel Verständnis für Kreativität zeitgemäße Medien konzipieren, produzieren und kontrollieren können. Fachleute also, die von Betriebswirtschaft und Marketing ebensoviel verstehen wie von technischen Zusammenhängen. Fachleute, die kreativ denken und logisch organisieren, die Teams führen, Mitarbeiter und Kunden beraten, überzeugen und motivieren können.

Diese Qualifikation bietet das Studium zum/zur »Publikationsmanager/in« an der «gib»Zürich, der Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation. Mit einer derart qualifizierten Fachkraft sitzen Sie mit Ihrem Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der »Publikationsmanager« ist Synonym für Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

«gib»Zürich-Studium «Publikationsmanager/in ED»

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

Informieren Sie sich eingehend, unverbindlich und persönlich auch über die Zugangsvoraussetzungen für Studenten aus EU-Ländern. Es kann der Schritt in eine positive berufliche Zukunft sein.



«gib»Zürich
Kaderschule für Druck, Medien und Kommunikation
Seefeldstrasse 62 | 8034 Zürich
+41 44 380 53 00
admin@gib.ch | www.gib.ch