

Zürich, 2. Februar 2003

Onlineverlagsindustrie: Mehr als 70% der Erlöse noch nicht ausgeschöpft

Die führenden internationalen Online-Verleger sehen das Potenzial im Onlinemarkt trotz Werbeflaute und Budgetkürzungen noch lange nicht ausgeschöpft. Noch nicht einmal 30% der möglichen Einnahmen werden realisiert. In den nächsten zwei bis drei Jahren werden die Online-Verleger die Bedürfnisse der Werbekunden mit neuen, zielgruppengerechten Produkten und Plazierungen besser zu befriedigen wissen. Die Verlagsbranche wird einen entscheidenden strukturellen Wandel erleben. Die Online-Direktoren von Schlüsselprodukten wie Le Monde, The Guardian, La Stampa, Wall Street Journal, Verdens Gang, IHT, Neue Zürcher Zeitung, Spiegel, F.A.Z. or Politiken sind überzeugt, dass sich ein Generationenwechsel an den Konzernspitzen abzeichnet. Erst dann wird die fällige integrierte und integrierende Verlagsstrategie umsetzbar werden.

Das sind einige der Kernresultate des IP Masters, einer internationalen Expertenrunde organisiert durch Interactive Publishing GmbH. Die 20 Führungspersonlichkeiten, die sich im Januar für 2 Tage in Zürich trafen, haben die Verantwortung für wichtige Seiten im europäischen Onlinemarkt. Der intensive Workshop schaffte Transparenz und zeigte auf, was die persönlichen Überzeugungen und Perspektiven dieser Schlüsselpersonen in Bezug auf die Entwicklung sind. Wo wird die Industrie realistischweise in zwei bis drei Jahren stehen? Wie wird sie dorthin gelangt sein?

Optimistische Aussichten

Obwohl die Nutzungszahlen selbst in scheinbar gesättigten Märkten weiter steigen und die technische Infrastruktur laufend verbessert wird, spielen die Onlineabteilungen in den strategischen Überlegungen der Verlagshäuser im Moment keine grosse Rolle. Die Schwierigkeiten in den traditionellen Einnahmefeldern ziehen weitere Ressourcen aus dem Onlinegeschäft ab. „Trotzdem herrscht eine durchaus überraschende Zuversicht“ sagt Norbert Specker, Internet-Pionier und Gründer der veranstaltenden Interactive Publishing. „Die Befragten erwarten eine zügige Entwicklung ihres Geschäfts in Richtung auf das Idealmodell das ihnen vorschwebt. Die nächsten zwei, drei Jahre werden uns da wesentlich weiter bringen als die minimale Entwicklung, die wir seit 2000 gesehen haben, vermuten lassen würde. Vor allem werden die Veränderungen auf struktureller Ebene beträchtlich sein. Eine integrierte Unternehmenstrategie, die sämtliche Kräfte und Kanäle miteinbezieht und nutzbar macht wird für viele Verlage zur Überlebensfrage. Die Gruppe sieht entsprechend bald entscheidende Wechsel an den Unternehmensspitzen und

Interactive Publishing GmbH

Samariterstrasse 5

8032 Zürich

Switzerland

Tel +41 1 256 70 88

Fax +41 1 256 70 80

<http://www.interactivepublishing.net>

Kontakt: Norbert Specker

zählt auf eine jüngere Führungscrew die mit den neuen Medien aufgewachsen ist. Onlineverleger sind sich ihrer Rolle in einer Gesamtunternehmensstrategie durchaus bewusst und betrachten eine bessere Integration aller Kanäle als Kernproblem, dass in den nächsten 24-36 Monaten zu lösen ist.

Werbeunterstützte Angebote

Der laufenden Diskussion über bezahlte Inhalte kann die Gruppe nur als zusätzliche Einnahmequelle etwas abgewinnen und sieht darin keine vollständige Alternative zur werbeunterstützten Angeboten. Es herrscht die Überzeugung, dass man die Werbetreibenden immer besser versteht und es gelingen wird, mit neuen publizistischen Produkten und Plazierungsmöglichkeiten, in absehbarer Zeit die nötigen Einnahmen zu generieren. Bei den Konzepten zum Thema bezahlte Inhalte wurden konkrete Vorstellungen weniger sichtbar. Die Teilnehmer stimmten weitgehend überein, dass die Werbeindustrie wohl den Wert der Imagewerbung im Umfeld der Onlineverlagsprodukte unterschätzt.

Im gleichen Atemzug waren sich die Experten aber einig, dass die Industrie weiterhin an gemeinsamen, möglichst internationalen Standards arbeiten muss. Vergleichbare Messmethoden und zielgruppengerechtere Angebote werden der Werbeindustrie effizientere Mittel zum Verkauf in die Hand geben für die sie auch entsprechend bezahlen wird.

IPMasters Teilnehmer

Die Teilnehmer der Expertenrunde unter Leitung von Norbert Specker waren:



Participants at the IP Masters in Zurich, January 2003, from left: **Bent Nordbo** (Director Business Development, **Aftenposten Multimedia**, Norway) | **Torry Pedersen** (Managing Director/Editor-in-Chief, **Verdens Gang Multimedia**, Norway) | **Marcel Sennhauser** (Managing Director Online, **Tamedia**, Switzerland) | **Steve Yelvington** (VP Strategy and Content, **Morris Digital Works** Morris Communications, USA) | **Roselien Huisman**, Publisher, **Automobil Revue**, **Espace Media**, Switzerland) | **Otto Sjøberg** (Publisher, **Expressen Online**, Sweden) | **Anna Masera** (Managing Editor, **La Stampa Online**, Italy) | **Mathias Müller von Blumencron** (Managing Editor, **Spiegel online**, Germany) | **Simon Waldman** (Director of Digital Publishing, **The Guardian**, UK) | **Niels Roine** (Vice President, **20 Minutes Holding**, Norway/Switzerland) | **Derek Fattal** (Director Internet Business Development, **Ha'aretz**, IL) | **Neil Budde** (Former Editor Interactive Edition, **The Wall Street Journal**, USA) | **Julie Rutherford** (Director of Internet Services, **International Herald Tribune**, France) | **Claes Toft Nielsen** (Director Internet **Politiken** (Denmark) | **Bruno Patino** (CEO, **Le Monde interactif**, France) | **Meredith Artley** (Until November Associate Editor, **NYT.com** now editor with **IHT.com**, France) | **Jan Lamers** (Uitgeversbedrijf, Vice President **European Newspaper Publishers' Association**, Belgium) | **Wolfgang Frei** (Executive Director New Media, **Neue Zürcher Zeitung/NZZ**, Switzerland) | **Frank Gaube** (Managing Editor, **F.A.Z. Electronic Media GmbH**/Frankfurter Allgemeine Zeitung, Germany)

Eine Zusammenfassung des Reports kann direkt von der Website heruntergeladen werden (PDF).

<http://www.interactivepublishing.net>

Interactive Publishing GmbH

Interactive Publishing GmbH hat Büros in der Schweiz (Zürich) und Kanada (Victoria).

Seit 1994 entwickelt die Firma Produkte und Dienstleistungen um die nationale und internationale Verlagsindustrie im Übergang zu einer digitalen Medienwelt zu unterstützen.

Unter Leitung von Norbert Specker gründete die Firma die jährliche Konferenz **Interactive Publishing Europe**, den **IP Top Award**, **europemedia.com**, den **Content Summit** und die digitalen Sammlungen von Nachrichtenseiten zu den Themen **11. September** und **FIFA Weltmeisterschaft 2002**.

Nextpractice

Die Moderationssoftware und die Befragungswerkzeuge für die Expertenrunde wurden von der Bremer Unternehmensberatungsfirma **nextpractice** zur Verfügung gestellt. Unter der Leitung von Prof. Dr. Peter Kruse entwickelt das Unternehmen Hilfsmittel und Methoden um die erfolgskritischen sogenannten weichen Faktoren sichtbar zu machen. Lösungsorientierte Kommunikation in Netzwerken, das ist der Kerngedanke.



Die Detailresultate des zweitägigen Treffens mit vielen Zitaten, Einordnungen und der Gesamtsicht der Gruppe wurden in den Report **Interactive Publishing Europe 2003-2005** eingearbeitet. (Deutsche Version in Arbeit)

<http://www.interactivepublishing.net>

Der komplette strategische Report mit den aufgearbeiteten Resultaten kann entweder über die Website bestellt werden (PDF) oder unter +41 1 256 70 88 (gedruckt) für Euro 830.