

**Grundlagen Crossmedia und  
integrierte Kommunikation**  
Semesterprojekt „Digitale Zeitung“

Patrick Rucireto, Fabian Ruf  
FH Trier – Intermediales Design  
2. Semester – SS2010  
Prof. Dipl. Des. Tom Hirt

# Wie ist die momentane Situation auf dem Zeitungsmarkt?



[http://www.fr-online.de/\\_em\\_daten/\\_hermes/2009/04/16/090416\\_1611\\_taz\\_redaktion.jpg](http://www.fr-online.de/_em_daten/_hermes/2009/04/16/090416_1611_taz_redaktion.jpg)

“Ausnahme Monopolist Axel-Springer in Deutschland hat gestern erst erneut große Gewinne fürs erste Quartal 2010 verkündet.”

Momentan geht es vielen Verlagen wirtschaftlich schlecht, da die Konkurrenz für Printmedien im Internet (vor allem online-Zeitschriften und Podcasts) sehr groß ist.

Die Mehrheit, gerade die jungen Menschen, beziehen ihre Informationen inzwischen aus dem Internet, da die Informationen dort kostenlos und umfangreicher angeboten werden.

Die junge Generation hat sich vom “Empfänger” zu einem “Jäger und Sammler” von Informationen entwickelt.

Der Zeitungsmarkt befindet sich nicht im aktuellen Trend und das Modell der Zeitung funktioniert im Internet nicht.

“Wir haben ein Geschäftsmodell-Problem. Wir haben kein Nachrichtenproblem.”

Sinkende Auflagen (Wandel der Mediennutzung vor allem durch die junge Generation), fallende Werbeeinnahmen (derzeit hauptsächlich konjunkturell bedingt), und dem Trend zur direkten Kommunikation im Web (siehe etwa Obama).

## Die wichtigsten Entwicklungen im Internet in Bezug auf Nachrichten:

Man publiziert selbst im Web und wartet nicht mehr, bis andere über einen schreiben. (Obama) Dieser Entwicklung haben Zeitungen schlicht nichts entgegen zu setzen. Ihre Rolle als Übermittler von Botschaften wird im Internet zum großen Teil überflüssig.

Das Anzeigengeschäft ist praktisch ebenfalls weg: Klein-, Kontakt- und Stellenanzeigen lassen sich im Internet auf separaten Portalen effizienter organisieren. Theoretisch könnten Zeitungsverlage solche Portale betreiben, praktisch haben sie den Trend verschlafen.

# Wie ist die momentane Situation auf dem Zeitungsmarkt?



[http://www.schule-zitzewitzstrasse.de/Abo\\_kampagne/zeitungen.jpg](http://www.schule-zitzewitzstrasse.de/Abo_kampagne/zeitungen.jpg)

Parallel dazu läuft der Trend zu Multimedia. Auch in Sachen Bewegtbild sehen die Zeitungen schlecht aus: Selbst wenn sie online auf Videos setzen, müssen sie für ihre Printausgaben weiterhin jedes Thema in Textform aufbereiten.

Dem Journalismus bleiben Themen, die nicht von selbst ins Internet finden.

In der immer weiter wachsenden Fülle medialer Angebote im Internet übernehmen Blogs zunehmend die Rolle der Redaktion und Themenauswahl.

Parallel dazu schreiben alle Startups auf ihren eigenen Corporate-Blogs und hoffen, dass die großen Leitblogs das eine oder andere Thema aufgreifen. Das Agenda-Setting wird zudem über Kanäle wie Twitter massiv beeinflusst, wo weniger einzelne (prominente) Namen die Themen setzen, sondern auch die Schwarzmintelligenz eine große Rolle spielt.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die weltweit zunehmende Themenvielfalt aufgrund des explosionsartig steigenden Wissens. Die Zeitungen stehen dem recht ratlos gegenüber, da ihr Redaktionsmodell darauf ausgelegt ist, für ein möglichst breites Publikum zu filtern und zu selektieren. Im Ergebnis haben alle Blätter die gleichen Agenturmeldungen auf ihren Seiten: Einfach statt Vielfalt. Was im Printbereich eine zwingende Logik sein mag, wird im Internet von den Lesern unterlaufen, die sich aus der Fülle des Angebots ganz einfach ihr individuelles Informationsmenü zusammenstellen.

# Welche Probleme existieren aktuell und werden sich verstärken?



[http://farm4.static.flickr.com/3151/2589487815\\_5ae710cddb.jpg](http://farm4.static.flickr.com/3151/2589487815_5ae710cddb.jpg)

## Nachteile der Zeitung

- Preis
- Verfügbarkeit
- Aktualität
- Technik veraltet
- Keine Suche
- Keine eigenen Filter
- unhandliches Format
- keine Vernetzung
- nicht Interaktiv
- keine Diskussionsmöglichkeiten
- Verfallsdatum
- begrenzte Reichweite
- langames Medium

## Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation

Semesterprojekt „Digitale Zeitung“ – Patrick Rucireto, Fabian Ruf • FH Trier – Intermediales Design • 2. Semester – SS2010 • Prof. Dipl. Des. Tom Hirt

Werbeindustrie setzt vermehrt auf Internetmedien, da mediale Inhalte wie Videos etc. platziert werden können und es günstiger ist, so dass Printmedien Gelder abhanden kommen.

Mediale Inhalte werden wichtiger. Z.B. bringt Spiegel Online z.B. 15 Bilder pro Artikel, Printmedium max 1, da es kostet und Platz für Werbung verloren geht.

Das Printmedium hat keine Archivqualität, da man es aufheben und selbst sortieren muss. Ein Onlinemedium ist gleichzeitig ein Archiv für alte Artikel, die sich in Sekunden aufrufen lassen.

Größtes Problem ist Nutzerverhalten und Aktualität. Im Internet sind unzählig viele Schlagzeilen und Nachrichten möglich, die immer wieder neu sortiert und angeboten werden können. Das Printmedium ist meist einen Tag alt.

Das Internet verschafft beiden Seiten - den Journalisten als Contentproduzenten und den Lesern als Contentkonsumenten - eine neue Form der Informationsautonomie.

Die Printnachrichten erleben deshalb ihren Niedergang weil den Menschen durch die Informationsfülle des Netzes bewusst geworden ist das sie von Zeitungen für Politik und Lobbys manipuliert werden.

Der Leser sucht für sich einen Mehrwert: wenn eine gedruckte Ausgabe gut und schön gemacht ist, wird sie ihre Abnehmer finden. Wenn sie aber kein besonderes Profil hat und aus dem Informationsbrei nicht herausragt, dann wird sich der Leser von ihr abwenden und sich die allgemeinen Meldungen online besorgen.

**Die Informationsverbreitung durch die Zeitung ist im Vergleich zum Internet viel zu langsam.**

# Welche Anforderungen hat der Nutzer an die Zeitung von morgen?



[http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad\\_2up\\_hometimes1.jpg](http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad_2up_hometimes1.jpg)

## **Aktualität**

(Aktualität birgt Problem der Falschmeldung aufgrund mangelnder Recherchezeit und mangelnder Entwicklungsmöglichkeit für die Aktenlage), verbesserte Archivqualität)

## **Unabhängigkeit**

(Product-Placement vermehrt im Einsatz)

Es gibt immer größere Spezialisierung und ich kann immer größeres Spezialistenwissen im Netz finden. Aber es ist ja genau die Stärke einer Tageszeitung, nicht spezialisiert zu sein – sondern eine Auswahl zu treffen zu allem, was man ungefähr wissen will.

In vielen Blogs liest man sehr genaue und detaillierte “Experten-Informationen”. Vieles davon versteht man nicht, weil man nämlich in diesen Sachen kein Experte ist.

(ähnlich wie bei Wikipedia-Artikeln. Weil immer mehr Experten und Kenner immer genauere Details einfügen, blickt man bei zahlreichen Einträgen nicht mehr durch.)

## **Intuitive Bedienung**

Der Zeitungsleser will sofort mit dem lesen beginnen und nicht erst ein Handbuch zur Benutzung lesen.

# Welche Anforderungen hat der Nutzer an die Zeitung von morgen?



[http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad\\_2up\\_hometimes1.jpg](http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad_2up_hometimes1.jpg)

## **Mobil**

Der Benutzer will die Mobilität der Zeitung nicht missen.

## **Günstig**

Der Benutzer will keine Unsummen für Hardware, und so wenig wie möglich für ein Abonnement ausgeben.

## **Diskussionsmöglichkeit**

Der Benutzer will die Möglichkeit sich mit anderen Lesern über Artikel auszutauschen.

## **Filter**

Der Zeitungsleser möchte keine unnötigen Informationen erhalten.

## **Geprüfte Informationen**

Der Zeitungsleser will sich keine Gedanken darüber machen, ob die Nachrichten aus unsicheren Quellen stammen.

“Ein Nachrichtenmagazin das noch wirkliche Journalisten beschäftigt die ernsthaft daran interessiert sind Dinge aufzudecken und Nachforschungen anzustellen würde ich sofort Abonnieren.”

# Welche neuen Wege gibt es für den Nachrichtenmarkt?



[http://soundofscience.files.wordpress.com/2009/03/gps\\_satellite\\_nasa\\_art-iiif.jpg](http://soundofscience.files.wordpress.com/2009/03/gps_satellite_nasa_art-iiif.jpg)

## **Konkurrenzfähig**

Die Konkurrenz zu den Internetmedien angemessen zu suchen und konkurrenzfähig zu sein. (auch im eigenen Hause: Spiegel und Spiegel-Online mit 2 verschiedenen Redaktionen).

## **Mobil**

Mobiles Internet (Handy/Smartphone etc.) oder über Podcasts, die mittlerweile auch mobil erreichbar sind.

## **Werbung**

Werbung kann, wenn sie digital ist, an das Nutzerverhalten angepasst werden.

## **Transparenz und Objektivität**

auch im Internet..

## **Freiwillige Finanzierung?**

Geldforderung durch anonyme Spenden ersetzen.

## **Format**

Online-Portale können nur einen Teil dieser intermediären Funktion übernehmen. Sie bieten nicht das passende Format für längere Artikel und Analysen. Dies könnte in Zukunft eine Domäne der Zeitungen sein: Analysen, Essays, Aufklärungsarbeit durch Themenreihen usw. bieten, die den Menschen einen Weg durch den Informations-Dschungel bahnen.

## **Regionale Schwerpunkte**

Eine weitere Chance für Zeitungen wäre ein ausgeprägten regionalen Schwerpunkt. Die Infos aus der Region finden nicht so leicht den Weg ins Internet. Sie könnten die Domäne einer Zeitung sein, die – noch viel ausgeprägter als bisher – über die Ereignisse im kommunalen Raum berichtet.

# Was sind die Aufgaben für Mediengestalter, die sich daraus ergeben?



<http://www.cisneros.ch/wp/wp-content/uploads/CVC-bernex-journal.png>

## **Werbung an Nutzerverhalten anpassen**

Im Internet kann auch Design und Nachrichtensortierung angepasst werden (siehe Igoogle)

## **Neue Art der Informationsgestaltung**

Nachrichten müssen besser ausgestaltet werden:

Spannungslage zwischen Inhalt, Werbung, Medien muss aufgehoben werden

## **Intuitive Bedienung**

Die Bedienung muss auf Anhieb klar ersichtlich sein.

## **Crossmediale Verfügbarkeit**

Eine Zeitung muss auf den verschiedensten Plattformen verfügbar und einheitlich sein.

## **Limitierter Inhalt bzw. Inhaltsfilter**

Der Leser will eine Vorauswahl an Inhalten und möchte nicht mit Informationen überhäuft werden.

## **Störungsfrei**

## **Barrierefreiheit**

Die Zeitung muss zugänglich für alle Personen sein.

## **Wiedererkennungswert**

Die Zeitung muss sich durch ihr Erscheinungsbild von den anderen Zeitungen abheben.

## **Nostalgie**

Der Ritualcharakter muss erhalten bleiben.

## **UGC**

Möglichkeit als Leser selbst aktiv an Inhalt und Gestaltung teilzuhaben.

## **Grundlagen Crossmedia und integrierte Kommunikation**

Semesterprojekt „Digitale Zeitung“ – Patrick Rucireto, Fabian Ruf • FH Trier – Intermediales Design • 2. Semester – SS2010 • Prof. Dipl. Des. Tom Hirt

# Anforderungen an eine iPad app?



[http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad\\_2up\\_hometimes1.jpg](http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad_2up_hometimes1.jpg)

- Schriftgröße muss veränderbar sein
- konsistente, einfache Bedienung  
(- Schwerpunkt auf Inhalt, kein Rumreiten auf Ipad Funktionen)
- keine Frames
- reine Text-Ansicht
- gute Kennzeichnung von Videos, Gallieren und weiterführenden Links
- Index von überall erreichbar (pop-overs)
- sinnvolle Nutzung des Touchscreens
- einfache, schnelle Suche
- Darstellung an Gewohnheiten anpassbar

# Konzept



[http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad\\_2up\\_hometimes1.jpg](http://appexam.com/wp-content/uploads/2010/01/ipad_2up_hometimes1.jpg)

Hybrid aus Online-Plattform, mobile-application und Zeitung.

Die Zeitung wird nicht mehr täglich sondern nur wöchentlich gedruckt und vertieft dort Themen die es nicht kostenlos auf der Online-Plattform gibt oder aus User generiertem content.

Die Möglichkeit zu einem Abonnement wird es dennoch geben. Zu überlegen wäre die Möglichkeit zu dem Abo ein Ipad auszuliefern.

Wichtig ist, dass das online-portal fern ab von dem veralteten Zeitungslayout gestaltet wird und es übersichtlich und vor allem Benutzerfreundlich zu bedienen ist. Wichtig ist ein Magazin-Charakter zu erhalten um dem Auge etwas besonderes zu bieten.

Die Startseite sollte von jedem Abonnenten auf seine Bedürfnisse anpassbar sein. Benutzer sollten untereinander abonnierte Artikel einsehen können um auf eventuell gleiche Interessengebiete zu stossen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Filtern und Suchen von Nachrichten.

Der Benutzer sucht sich eine Reihe von Themen aus, die er täglich als digitales PDF-Magazin auf sein Mobile-device oder per E-Mail gesendet bekommt.