

Pressemitteilung 02/2015:

## Warum man mit einem starken Onlineauftritt langfristige Erfolge im Print feiern kann

**Die Printauflage mit dem Onlineauftritt steigern? Das klingt erstmal widersprüchlich. Aber: Online und Print gehen Hand in Hand und der Erfolg von Zeitungen ist immer mehr von der Stärke ihres Onlineangebots abhängig. Hier liegt ein großes Potential für Verlage, denn Arbeit in einen überzeugenden Internetauftritt zu investieren, zahlt sich in doppelter Hinsicht aus: Sie können neue Online-Leser gewinnen, aber auch das Printprodukt profitiert von der Verknüpfung der beiden Kanäle. Dies gilt auch für die Branche der Anzeigenblätter: Drei erfolgreiche Wochenblätter berichten von ihren Erfolgen.**

### **1. Anpassung an die Bedürfnisse statt Kannibalisierung**

“Print- und Onlineleser kommen aus unterschiedlichen Milieus mit unterschiedlichen Gewohnheiten beim Medienkonsum”, so Bernhard Feuerstein, Leiter der Unternehmensentwicklung der RMA. Die Befürchtung, dass sich das “doppelte” Angebot von Online und Print gegenseitig Konkurrenz mache und zu jeweils kleineren Leserzahlen führe, habe sich nicht bewahrheitet. “Es gibt nach wie vor eine große Gruppe von Lesern, die auf eine gedruckte Zeitung nicht verzichten wollen. Andere dagegen möchten ihre Nachrichten vor allem schnell und spontan im Internet oder von unterwegs mit dem Smartphone abrufen. Eine dritte Gruppe nutzt je nach Belieben beide Angebote.” Um alle Leser vom eigenen Produkt zu überzeugen, sei es also laut Feuerstein entscheidend auf allen Kanälen präsent zu sein. Dabei findet keine Kannibalisierung statt, vielmehr ergänzen Online und Print sich gegenseitig, um die Bedürfnisse aller Leser abdecken zu können.

### **2. Online macht Print stark**

Der Geschäftsführer der WVV, Haldun Tuncay, sieht eine enge Verbindung von Online und Print ebenfalls als äußerst wertvoll an: “Die Verknüpfung von Print und digitalen Kanälen funktioniert hervorragend.“ Der entscheidende Faktor für den Erfolg von Anzeigenblättern liegt für ihn nach wie vor in ihrer Lokalität. Diese Lokalität ist auch die Basis vom erfolgreichen Zusammenspiel des digitalen und gedruckten Auftritts. Lokalkompass.de diene als Paradebeispiel für einen optimalen Internetauftritt und ist für Haldun Tuncay eine essentielle Stütze seines Printprodukts.

### **3. Ansprechpartner Nr. 1 für Werbekunden auf allen Kanälen**

Wer auf Online und Print gleichzeitig setzt, hat zwei Plattformen, die für lokale Werbekunden interessant sind. Das sieht auch Stephan Schrader von der Kreiszeitung Wochenblatt so: “Die gestiegene Onlinereichweite der Kreiszeitung lässt sich hervorragend für unsere bestehenden Werbekunden einsetzen. Wenn man auch digital die Nummer eins im Lokalen ist, hat man die Möglichkeit, starke Angebote für die Werbewirtschaft vor Ort zu machen.” Zufriedene Werbekunden im Print können haben auch Interesse, auf dem Internetauftritt präsent zu sein. Vorausgesetzt die Qualität kann mit der gedruckten Version mithalten, so Schrader. Ein starker Online Auftritt ist somit die Basis für das Erzielen von Umsätzen im Digitalen.

**Über Gogol Publishing:**

Gogol Publishing ist das einfache Redaktionssystem für Zeitung auf allen Kanälen, das insbesondere für Anzeigenblätter, Lokalzeitungen, Corporate Publishing und Fachmedien Best-Practice-Branchenlösungen bietet. Die über 350.000 Leserreporter auf Kundenportalen machen Gogol Publishing zum Innovationsführer im Bereich digitaler Journalismus. Die mehrfach ausgezeichneten Lösungen von Gogol Publishing werden von den größten europäischen Verlagen wie FUNKE, Madsack, Springer, Moser oder Styria eingesetzt.

## Kontakt Gogol Publishing:

Dr. Martin Huber, Geschäftsführer gogol medien GmbH & Co. KG, +49 (821) 907844-0, [info@gogol-publishing.de](mailto:info@gogol-publishing.de)