



PROTOKOLL

Markenstrategie der Salzburger Nachrichten

Vortragende: Manfred Peterer, Chefredakteur

Mag. Maximilian Dasch, Marketingleiter

Protokoll des Clubabends des MCS am 25.04.2012, Salzburger Nachrichten

Beginn: 18.00 Uhr

Ende: ca. 21.30 Uhr

Tagesordnung:

1. Generalversammlung 2012
2. Vortrag „Markenstrategie der SN“ von Chefredakteur Manfred Peterer und Marketingleiter Mag. (FH) Maximilian Dasch
3. Rundgang in den SN
4. Buffet

zu TOP 1:

Generalversammlung 2012 (eigenes Protokoll)

zu TOP 2:

In den letzten Jahren ist die Medienlandschaft im Umbruch. Für die Salzburger Nachrichten stellt die Digitalisierung des Medienhauses eine große Herausforderung in den nächsten Jahren dar. Die Lesegewohnheiten ändern sich und die „Halbwertszeit“ der Tageszeitungen sinkt stetig.

SN Chefredakteur Manfred Peterer nannte drei Hauptpunkte auf die zukünftig verstärkt geachtet werden wird:

Wettbewerb um die Aufmerksamkeit: Die Lesezeiten für Zeitungen sinken. Zur Zeit wird die SN durchschnittlich 42 Minuten /Tag gelesen.

Wettbewerb um die Aktualität: Nachdem die digitalen Medien wesentlich schneller aktualisiert werden können, muss das Printmedium Zeitung andere Verkaufsargumente bedienen.

Konkurrent Gratiszeitung: Viele Zeitungsleser geben sich mit den Inhalten von Gratiszeitungen zufrieden und konsumieren dadurch weniger „Kaufzeitungen“.

Aus den oben genannten Punkten ergeben sich für die SN folgende Ausrichtungen:

Es wird eine Zeitung mit Mehrwert geliefert, mit mehr Hintergrund und Analysen. Es ist wichtig, eine „Warum-Zeitung“ herauszugeben. Man muss nicht nur berichten was passiert, sondern auch, warum es passiert. Dieser Zugang kann eine Lösung für die oben genannten Punkte darstellen. Zudem soll die Zeitung eine Orientierung in der globalisierten Welt geben. Im Gegensatz zum Web hat eine Zeitung einen Anfang und ein Ende. Im Web gibt es keinen Anfang und kein Ende, der Leser kann „verloren“ gehen, bzw. orientierungslos werden.

Eine weitere zukünftige Herausforderung ergibt sich für Journalisten. Diese müssen künftig in mehreren Kanälen denken, um die Information „an den Mann zu bringen“. Neben den Journalisten benötigt es ein Team von Spezialisten, welche diese Informationen entsprechend für die einzelnen Kanäle aufbereiten (z.B.: Audiofiles, Apps, ...). Weiters sichert dies die politische Unabhängigkeit und die Glaubwürdigkeit der SN.

Marketingleiter Mag. (FH) Maximilian Dasch:

Strategische Ausrichtung der SN im Kontext der neuen Medien

2010 fanden in der SN Workshops zu den Themen „Zukunft Print“ und „Mission scom“ statt. Im Workshop „Zukunft Print“ wurden das Medium Zeitung mit nationalen und internationalen Medien verglichen. Hierbei wurde Salzburg als Kernmarkt jedoch mit überregionaler Relevanz definiert. Dies wurde unter den Claim „die interessanteste Zeitung Österreichs“ gestellt.

Der Workshop „Mission scom“ wurde anfänglich für den Re-Launch der SN Website initiiert. Es zeigte sich jedoch, dass auch andere Medien für die zukünftige Entwicklung wichtig sind.

Mag. (FH) Maximilian Dasch erläuterte in seinem Vortrag die Maßnahmen, welche aus dem „Mission scom“ Workshop abgeleitet wurden:

Tablet: Die SN bietet zwei Tabletdienste an:

SN ePaper: dies ist eine 1:1 Kopie der SN Druckversion

SN HD: Dieser Dienst stellt das Premiumprodukt für das Tablet dar und ist ein zukünftiges Erlösmodell. Im Gegensatz zum ePaper wird SN HD dreimal täglich aktualisiert. Claim: „Die interessanteste Zeitungsapp Österreichs“

Online

Das Internetportal der SN ist unter salzburg.com zu finden. Das Portal ist als Schnellnachrichtendienst konzipiert. Der Fokus liegt auf regionalen Themen.

Smartphones

SN mobil ist eine kostenlose App, welche auf allen Smartphone-Plattformen läuft. Diese App dient als „Verlängerung“ von salzburg.com. Darüber hinaus werden Special Interest Apps wie z.B. das Wintertouren App entgeltlich angeboten. Claim: „Die interessanteste Evolution Österreichs“

Social Media

Dieser Kanal dient als Teasermedium für eine vor allem junge Zielgruppe, eingesetzte Plattformen sind Facebook, Twitter, Google+. Die SN postet im Vergleich zu den anderen hauseigenen Medien hier vor allem im positiven Meldungsbereich.

Newsletter

Die SN setzt zusätzlich verstärkt auf den Newsletter. Es gibt drei verschiedene Newsletterarten:

- täglicher Newsletter
- Mittwochs-Newsletter
- Newsletter für Abonnenten

Resümee SN:

- 24 Stunden Nachrichtendienst
- SN HD, SN Print: Meinungen, Analysen, Hintergründe
- SN Online, SN Mobil: Überblick, Service
- SN Newsletter, Social Media: Teaser

Das Printmedium ist das Basisprodukt der Positionierung, alle weiteren Medien werden zukünftig forciert. Zudem werden von der SN im Jahr 2012 sieben Special Interest Messen ausgerichtet.

Zu TOP 3: Betriebsrundgang

Die Salzburger Nachrichten besitzen zur Zeit die modernste am Markt befindliche Druckmaschine, die Ende 2011 in Betrieb gegangen ist. Es ist geplant, mit dieser Druckmaschine zumindest noch die nächsten 20 Jahre zu produzieren. Anschließend an die beiden Vorträge fand eine Führung durch die Redaktion und die Druckabteilung der Salzburger Nachrichten statt. Mit individuellen Netzwerkgesprächen am Buffet endet der Vortragsabend.