



# Gratislesen ist out

**ZEITUNGSKONGRESS /** Print bleibt, Online kommt und Gratis ist schon wieder out – so sehen Verleger aus aller Welt die Zukunft der Nachrichten.

VON MICHAELA FLECK

Wann die letzte Zeitung gedruckt wird? „Nicht in 20 und nicht in 40 Jahren.“ Sagt der Präsident des weltgrößten Zeitungsverbandes (kurz: WAN-IFRA). Der lud letzte Woche – gemeinsam mit Österreichs Zeitungsverband – zur „Newspaper Week“ nach Wien. Und diskutierte mit Zeitungsmachern, Chefredakteuren und Medienexperten von Algerien bis Zimbabwe über die Zukunft der Nachrichten.

Die sind, trotz Werbe-Krise, Online-Hype und Gratis-Konkurrenz, vor allem eines: gedruckt. 2,3 Milliarden Menschen lesen, so die jüngste Studie, jeden Tag gedruckte Nachrichten, im Internet surfen dagegen nur 1,9 Milliarden. 70 Sekunden brauchen Online-User für ihre durchschnittliche Dosis Nachrichten, während sich Zeitungs-Leser im Schnitt 20 Minuten Zeit nehmen.

Weltweit wurden allein im Vorjahr 14.853 Zeitungstitel verlegt – um 200 mehr als

2009, allerdings auch um neun Millionen weniger, was die Auflagezahlen betrifft. Und: „Für Gratis-titel ist der Hype vorbei“, so WAN-IFRA-Geschäftsführer Christoph Riess.



*Willkommen in der mobilen Revolution: Auch die NÖN soll es demnächst als elektronische Zeitung (ePaper) geben – und zwar am iPad (im Bild) und iPhone.*

Die mobile Revolution hat dagegen gerade erst begonnen. Mit WikiLeaks zum Beispiel (Spiegel-Chefredakteur Matthias Müller von Blumenron: „Wenn wir das alles veröffentlicht hätten, hätten wir einen ganzen Kleiderschrank füllen können“). Mit Twitter (Il Sole 24 Ore-Chefredakteur Luca de Biase: „In Italien sind 60 Prozent der getwitterten Artikel aus Zeitungen“). Mit Google (Google-Deutschland-Chef Stefan Tweraser: „Soziale Medien brauchen Inhalte zum Diskutieren“). Und nicht zuletzt mit Smartphones, Tablets und Co.

Was Zeitungen in Zukunft für all das brauchen? „Qualität“, sagt Standard-Chefredakteurin Alexandra Förderl-Schmid. „Sinn“, sagt School-of-Economics-Lehrer Charlie Beckett. „Ihre Kernaufgaben“, sagt The Strait Times-Chef Han Fook Kwang, „nämlich: Geschichten erzählen“. Und vor allem, meint Christoph Riess: „Einen offenen Geist!“ GRAFIK: NÖN / BISCHOF