

Klassische Medien sollen mutiger werden

Swiss Media Forum in Luzern mit illustren Gästen

Luzern. Wer in der neuen Medienwelt erfolgreich sein will, soll sich auf die eigenen Stärken besinnen und «out-of-the-Box» denken: Dazu hat jobs.ch-Gründer Thomas Sterchi am vierten Swiss Media Forum in Luzern aufgerufen. Und: Die Verlage sollen mehr Unternehmergeist entwickeln.

Er könne zwar kein Patentrezept formulieren, sagte Thomas Sterchi, der Gründer der Stellen-Plattform jobs.ch. Wichtig aber sei unternehmerisches Denken. «Und man soll sich immer wieder fragen: Wo sind wir stark?», sagte der 44-Jährige. Er, der sein Erfolgsunternehmen für einen dreistelligen Millionenbetrag verkauft hatte.

Das Unternehmen erfolgreich in die Zukunft lenken will auch *Spiegel*-Chefredaktor Wolfgang Büchner. Für ihn ist klar: «Wir müssen experimentierfreudiger werden.» Klassische Medien müssten noch viel von den sozialen Netzwerken lernen. Und: Die Journalisten dürften keine Angst haben vor dem Paradigmenwechsel. Als Chefredaktor will Büchner das Angebot benutzerdefinierter machen. Dabei sprach er beispielsweise von der «Senator Lounge» für

zahlende User, die «sinnvollen Dialog» untereinander führen. Oder von moderierten Morgen-Nachrichten, einer «mobilen Version des Frühstückfernsehens», wie er sagte.

Kampf um Geschwindigkeit

Einen ganz anderen Weg gewählt, um in der neuen Medienwelt erfolgreich bestehen zu können, hat Jim Impoco, Chefredaktor des amerikanischen Nachrichtenmagazins *Newsweek*. Seit März 2014 kommt *Newsweek* wieder gedruckt auf den Markt. Dies, nachdem das Magazin seine US-Druckausgabe zum 31. Dezember 2012 eingestellt hatte und sich auf elektronische Medien beschränken wollte.

Impoco betonte, er wolle ein «Boutique-Produkt» anbieten, ein Luxus-Magazin. Dabei wolle man intelligent sein, in die Tiefe tauchen, global denken. Und sich nicht am Kampf um Geschwindigkeit beteiligen. «Konsumenten erinnern sich nicht, wer die News nun 30 Sekunden früher veröffentlicht hat.»

Am Swiss Media Forum nehmen über 300 Personen aus Medien, Wirtschaft und Politik teil. SDA