

## **Konvergenz: „Tages-Anzeiger“ startet am 19. August – Paywall kommt im Dezember**

Luzern. Am SwissMediaForum diskutierten vier Chefredaktoren über Print und Online. Sowohl der „Blick“ wie auch der „Tages-Anzeiger“ setzen auf diese Bezahlschranke. Laut „Tages-Anzeiger“-Chef Res Strehle startet der „TA“ am 19. August mit der konvergenten Redaktion, im Dezember werde dann die „metered Paywall“ aktiv. Strehle betonte, das Printmodell funktioniere länger, als man gedacht habe. Die Zusammenführung von Print und Online habe beim „Tages-Anzeiger“ zu einer „Aufbruchstimmung“ geführt.

„Welt“-Chef Jan-Eric Peters setzt seit längerem auf den konvergenten Newsroom. Er erläuterte jedoch, wie seine Redaktion vom Prinzip „Online first“ zu „Online to Print“ gewechselt habe – das Beste von Online komme letztlich in die Zeitung. Konvergenz gibt es laut Stefan Plöchinger, Online-Chefredaktor der „Süddeutschen Zeitung“, nur sehr begrenzt, denn: „Wir wollen nicht, dass ein Print-Redaktor für online schreiben muss, wenn dann die gedruckte Zeitung schlechter wird.“ Die „Süddeutsche“ setze weiterhin auf eigene Redaktionen für Print und Online.

Der Newsroom der „Blick“-Gruppe war die erste konvergente Redaktion der Schweiz. Doch künftig werde wieder vermehrt auf Spezialisierung gesetzt: „Wir müssen die Job-Profile neu entwickeln“, sagte „Blick Online“-Chefredaktor Rolf Cavalli. „Man wird Leute haben, die recherchieren, und Leute – und die kommen eher vom Online – die produzieren.“ Dass ein Online-Journalist noch rasch 60 Zeilen für den Print-„Blick“ schreibe, werde weniger oft vorkommen. Zur Paywall-Einführung verwies Cavalli auf die Bilanzmedienkonferenz von Ringier, wo vom ersten Halbjahr 2014 die Rede gewesen sei.

Cavalli rechnet im besten Fall mit 5 Prozent Abonnenten im Netz. Den 95 Prozent, die den Content auf Blick.ch weiterhin gratis konsumieren würden, müsse man aber auch etwas bieten. Bei der „New York Times“ sei das Verhältnis sogar 2:98. Bei Ringier laufe die Diskussion noch, welche Inhalte vor bzw. hinter der Paywall zu liegen kämen. Dies auch vor dem Hintergrund, dass „20 Minuten Online“ gratis bleiben werde, sagte Cavalli.