

Medienmitteilung
Luzern, 9. Mai 2014

Bieterkampf um local.ch: Auch Ringier zeigt Interesse

Luzern. Die CEOs der vier grossen Schweizer Verlage Ringier, Tamedia, NZZ und AZ Medien äusserten sich am SwissMediaForum vor 350 Teilnehmern zur ihren Zukunftsstrategien. Marc Walder von Ringier kritisierte dabei die Marktmacht von Google - noch nie habe in einer Industrie ein Unternehmen eine derartige Dominanz gehabt. Christoph Tonini von Tamedia relativierte die Abhängigkeit von Google: Nur etwa 5 Prozent des Traffics von tagesanzeiger.ch kämen von Google.

Auch Axel Wüstmann von AZ Medien sagte, Google sei für das Newsportal Watson keine grosse Rolle, viel wichtiger seien Twitter und Facebook: Ohne diese wäre Watson 30 Prozent kleiner. Entscheidend für die Zukunft von Watson sei die Entwicklungsperspektive – das Projekt sei „riskant, aber das richtige“: „Es wird die Zeit erhalten, die es braucht.“ Für AZ Medien sei Watson ein strategisch wichtiger Schritt. NZZ-CEO Veit Dengler taxierte die Kritik des Moderators an Watson („verbrennt doch nur Geld“) als „unanständig“: „Die Verlage müssen alle experimentieren, ein Portal kann man nicht nach ein paar Monaten beurteilen.“ Er freut sich auf die NZZ-Expansion nach Österreich, jeder Markt habe seine Eigenheiten, es seien weitere Marktexpansionen denkbar: „Wir wollen in der Publizistik neue Märkte, neue Kundengruppen erschliessen.“

Ringier will mit dem Digitalen wachsen

Walder will die digitalen Geschäfte weiter ausbauen: Der Marktanteil des Digitalen betrage bei Ringier 26 Prozent, bei anderen Schweizer Verlagen sei er noch tiefer. „In der Schweiz hat man dieses Geschäft relativ spät entdeckt.“ Jobs.ch habe eine Ebitda-Marge von über 50 Prozent. 390 Millionen haben Tamedia und Ringier für jobs.ch bezahlt. Tonini: „Ob das zuviel war oder nicht, wird sich erst später zeigen.“

Tamedia will local.ch und search.ch gemeinsam gegen Google positionieren

Tonini bekräftigte das Interesse der Tamedia an Publigroupe: „Das Asset, das uns interessiert, ist local.ch.“ Es gäbe Synergien zwischen search.ch und local.ch. Das könne „eine echte Alternative zu Google darstellen.“ Walder bezeichnete das Vorgehen der Tamedia als „clever“, und er ergänzte: „Ringier muss sich jetzt auch in diese Diskussion einschalten.“ Sonst müsste man dem Management einen Vorwurf machen. Gibts eine Bieterschlacht, fragte Moderator Beat Balzli (Axel Springer). „Am Schluss gibt es immer eine Bieterschlacht“, antwortete Walder. Ob es denkbar sei, dass Ringier wie bei jobs.ch mit Tamedia gemeinsam einen Vorstoss mache? „Die Zusammenarbeit mit Christoph Tonini und Tamedia ist hervorragend“, sagte Walder. Tonini entgegnete, das könne er bestätigen, „aber hier ist ein anderer Partner vorgesehen.“

Eröffnet wurde das SwissMediaForum gestern von „Newsweek“-Chefredaktor Jim Impoco. Er erläuterte, warum sich „Newsweek“ entschieden hat, die Print-Ausgabe wieder einzuführen, die vor einem Jahr eingestellt worden war. „Spiegel“-Chefredakteur Wolfgang Büchner sprach über die erfolgreiche Zusammenarbeit von „Spiegel“ und „Spiegel Online“; er selbst ist Chefredakteur über beide Kanäle. Er kündigte an, „Spiegel Online“ werde weiterhin kostenlos bleiben – er sei gegen eine Paywall. Allerdings werde es einen Bezahlbereich geben: „Wir werden ein Freemium-Modell verfolgen“, sagte er.

Auftritt von Bundesrätin Doris Leuthard am Freitagmittag

Am diesjährige SwissMediaForum treten 32 Referentinnen und Referenten auf. Am Freitag um 11.50 Uhr findet der mit Spannung erwartete Auftritt von Bundesrätin Doris Leuthard statt.

Rückfragen: info@swissmediaforum.ch / 079 481 35 10