

## Trendtagung

# Im Zeichen der Digitalisierung

An der letzten Trendtagung des Verbandes Schweizer Medien und der Publicitas/Publimag im 2012 standen die Fach- und Spezialmedien sowie die Digitalisierung im Mittelpunkt. **René Pfister**



Bild: zVg/Publimag

Spannende Referate und angeregte Diskussionen beim anschliessenden Apéro prägten die Trendtagung in Zürich: Als Referenten traten unter anderen Hanspeter Lebrument (Präsident Schweizer Medien, oben rechts) sowie Peter Hogenkamp (NZZ) und Publizist Urs P. Gasche auf (Bild unten).

**A**uch diesmal fand die Trendtagung bei den Medien, Verlagen und den Werbe-firmen grossen Anklang: Mehr als hundert Interessierte kamen zum Anlass ins Zürcher «Lake Side», das in weihnächtlichem Glanz erstrahlte. Im Zentrum der Tagung standen die Fach- und Spezialmedien – zu denen auch Verbands-Publikationen wie der «Schweizer Arbeitgeber» gehören.

Gerade diese Medien haben dank ihrer Fokussierung auf ein klar definiertes Zielpublikum durchaus Chancen, sich im hart umkämpften und schrumpfenden Werbemarkt zu behaupten, wie **Josefa Haas** einleitend erklärte. Aber auch solche Produkte müssen sich mit den Herausforderungen, Risiken und Chancen der zunehmenden Digitalisierung der Medien und den neuen Konsumgewohnheiten der Leserschaft respektive User/innen auseinandersetzen, betonte Haas. Sie moderierte den Anlass übrigens zum letzten Mal, weil sie die Lei-

tung des Medieninstituts des Branchenverbands in der Zwischenzeit an **Fredy Greuter** übergeben hat.

Mit dem Wandel in der Medienlandschaft befasste sich auch **Hanspeter Lebrument**, der Präsident des Medienverbandes. Er wies in seiner Begrüssungsrede aber auch auf die jüngsten Erfolge im Kampf gegen höhere Posttarife für Zeitungen und Zeitschriften sowie die (vorläufige) Verhinderung von Werbung auf den Online-Kanälen der SRG hin.

### Von Chancen und Fakten

Vor allem zu den Chancen der Online-Medien äusserte sich **Peter Hogenkamp**, der bei der NZZ-Mediengruppe die Digitalisierung vorantreibt. Er erläuterte auf spannende Weise, wie die NZZ ihre neuen digitalen Angebote umgesetzt hat – und mit welchen Bezahlmodellen sie damit Geld verdienen will. Hogenkamp sprach dabei lieber von «Paid Content» als von «Paywalls» – und machte

klar: Die Digitalisierung medialer Inhalte ist ein Fakt – und die Verlage müssen dafür rasch rentable Rezepte finden, damit sie den Anschluss nicht verpassen.

Neben weiteren Referaten von **Martin Ettlinger** (Schweizer Medien), **Matthias Bauer** (new generation network), **Nicole Althaus** (Chefredaktorin «Wir Eltern») und **Urs P. Gasche** (Publizist und früher bei Kassensturz und K-Tipp) stand die Verleihung des Q-Awards im Mittelpunkt. Mit dem Award werden jeweils Fach-Publikationen ausgezeichnet, welche die zuständige Jury punkto Qualität besonders überzeugt haben.

Diesmal bewarben sich neun Titel um den Award – und zuoberst auf dem Podest landeten die Fachzeitschrift «Schreiner Zeitung» sowie die Spezialzeitschrift «Wir Eltern». Sie waren beim abschliessenden, von **Urs F. Meier** (Geschäftsführer Schweizer Medien) eröffneten Apéro genauso ein Thema wie «Paywalls» und die bezaubernde Abendstimmung am Zürichsee. ■