

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 27. Mai 2020

„Corona-Krise ist für digitale journalistische Nachrichtenangebote eine riesige Chance“

BDZV-Präsident Mathias Döpfner bei der Konferenz beBETA – journalism in progress

Die Folgen der Corona-Pandemie sind für digitale journalistische Nachrichtenangebote „vielleicht der historisch goldene Moment überhaupt“, glaubt Dr. Mathias Döpfner, Präsident Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) sowie Vorstandsvorsitzender Axel Springer. Die Notwendigkeit, sich auf eine Nachrichtenquelle verlassen zu können, und die Sehnsucht nach wahrhafter Information seien viel größer geworden. „Auf dem Höhepunkt der Angst vor dem Virus war es schon praktisch, Journalismus digital konsumieren zu können“, erklärte Döpfner in einem Interview via Messenger bei der BDZV-Digitalkonferenz beBETA – journalism in progress am 27. Mai, die in diesem Jahr Corona-bedingt virtuell stattfinden musste.

Der BDZV-Präsident weiter: Die digitalen Zeitungsangebote seien „buchstäblich durch die Decke gegangen“. Immer mehr Menschen seien obendrein bereit, für digitalen Journalismus zu bezahlen. Und doch, warnte Döpfner, dürfe man die Corona-Krise nicht verklären. Sie werde fürchterliche Folgen haben für die Wirtschaft und die Bevölkerung. „Aber aus der Perspektive digitaler Medienmacher gesehen, ist die Krise eine riesige Chance.“

Bei aller Begeisterung für den digitalen Schub in die Branche machte der BDZV-Präsident zugleich klar, dass die Zeitungsunternehmen wirtschaftlich vor großen Herausforderungen stehen. So setzten die Corona-bedingten Anzeigenverluste die Häuser unter „massiven Druck“. Ein Ende des Werbegeschäfts als Erlösmodell für Verlage wollte Döpfner gleichwohl ausdrücklich nicht proklamieren. Vielmehr sieht er „die Ära, in der man

glaubte, dass Qualitätsjournalismus nur durch Werbeerlöse finanziert werden kann, endgültig zu Ende“ gegangen.

Dieses Geschäft machten heute im Wesentlichen, so Döpfner, die digitalen Plattformen, mit denen sich die Verleger ja auch „in sehr lebhaftem Austausch“ über die Herstellung eines „fairen Ökosystems“ befänden: „Dass es nicht auf der einen Seite die Dummen gibt, die für teuer Geld Inhalte erstellen, und auf der anderen Seite die Smarten, die sie kostenlos nehmen und sehr erfolgreich vermarkten.“ Vorbei sei das Erlösmodell „Advertising only“, resümierte der BDZV-Präsident. „Die große Zukunft liegt in Paid Content und Digital Subscription, weil immer mehr Menschen realisieren, wie wichtig vertrauensvolle, der Wahrheit verpflichtete Absenderschaft ist – und wie gerne man auch dafür Geld auszugeben bereit ist.“

Kontakt:

Anja Pasquay, Pressesprecherin, Telefon 030/726298-214,
E-Mail: pasquay@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) oder Instagram [bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de)
#beBETA2020