



25.09.2018 / Ulrich Rickli

Konsolidierung – Überlebensstrategie für Zeitungen

Der Zeitungsmarkt ist in Bewegung, und das nicht zu knapp: Konsolidierungen sind an der Tagesordnung. Denn die Verlage sparen, wo sie können – Zeitungstitel werden verkauft, Redaktionen und Produktionsstandorte zusammengelegt. Schon heute besitzen fünf Verlagsgruppen in Deutschland über vierzig Prozent aller Zeitungstitel.

Sparen ist also angesagt. Der Grund dafür sind die schwindenden Werbeeinnahmen, die ins Netz abfließen, vor allem zu Google und Facebook. Betrugen die Werbeeinnahmen in der Branche in Deutschland im Jahr 2000 noch 6,55 Milliarden Euro, waren es 2016 nur noch 2,53 Milliarden Euro. Dazu kommt, dass heute Informationen überall im Web kostenlos abrufbar sind. Ihr Wahrheits- oder Qualitätsgehalt interessiert viele Medienkonsumenten wenig oder gar nicht. Eine wachsende Anzahl User setzt nicht auf fundierten, kritischen Journalismus, sondern auf das, was ohne Bezahlung zu haben ist – auch wenn es sich dabei um Fake News handelt. Die Branche hat noch keine Lösung gefunden, um das Geld, das in die virtuelle Welt abwandert, zurückzuholen.

»Draussen auf dem Land findet man grosse Gebiete,
über die niemand mehr berichtet.«

Margaret Sullivan, Medienkolumnistin der Washington Post.



Gefährliche Nachrichtenwüsten

Welche Gefahren das birgt, zeigt sich in den USA: Dort spricht man von so genannten Nachrichtenwüsten. «Draussen auf dem Land findet man grosse Gebiete, über die niemand mehr berichtet», sagt Margaret Sullivan, Medienkolumnistin der Washington Post. Ein riesiges Problem, denn hier befindet man sich sozusagen im journalistischen Niemandsland – Politiker, Unternehmer, Behörden, sie alle werden nicht zur Rechenschaft gezogen, denn niemand ist mehr da, der das öffentlich tun könnte. Die Berichterstattung und die dazugehörige Diskussion fehlen vollständig. Journalismus als Korrektiv, die sogenannte 4. Gewalt, wie es ein wichtiges Instrument der Demokratie ist, verschwindet so.

In Deutschland gibt es noch immer mehr als 300 Zeitungstitel, die meisten davon berichten regional. Während Tageszeitungen mit sinkenden Auflagen kämpfen, weisen Wochen- und Anzeigenblätter ein hohes Beilagenvolumen auf – Tendenz weiterhin steigend. Gleichzeitig entstehen immer kleinere Verteilzonen mit Auflagen deutlich unter 400 Exemplaren. Als Beispiel der Bäcker, welcher sein neues, knuspriges Spezialbrot im Quartier oder in seinem Dorf verkaufen und deshalb auch nur hier bewerben will. Unnötige Streuverluste ist er nicht mehr bereit zu zahlen.

Equipment an neue Anforderungen anpassen

Die grossen Verlagshäuser sind für diese Entwicklung nur bedingt gewappnet. Denn ihr Equipment ist noch immer auf grosse Auflagen, auf Massenproduktion mit einer grossen Streuung ausgerichtet. Zusätzlich hat die Einführung des gesetzlichen Mindestlohnes im Jahr 2015 dazu geführt, dass Verlage viele Aufträge zurückgenommen haben, die sie zuvor ausgelagert hatten und die manuell erledigt worden waren. Doch damit auch kleine Verteilzonen mit einem verhältnismässig hohen Beilagenvolumen effizient und kostengünstig beliefert werden können, braucht es innovative und kreative Lösungen. Der Workflow muss optimiert, Automation, lückenloses Reporting und Logistik müssen kostengünstig gelöst werden.

Konsolidierungen sind zwar fast ausnahmslos die Folge wirtschaftlichen Drucks. Doch sie haben auch eine positive Seite, denn sie sind eigentliche Innovationstreiber. Ein konsolidierter Betrieb muss seine Leistung steigern, muss am Markt effizient und flexibel auftreten, um sich zu behaupten und weiter zu bestehen. Denn das ist schliesslich das Ziel einer Konsolidierung: Die Zukunft eines Unternehmens zu sichern. Damit dies erreicht wird, müssen die Total Cost of Ownership (TCO), also die Gesamtkosten, erfüllt werden – und dazu ist das richtige Equipment für die veränderten Anforderungen in der grafischen Branche nötig.

Willkommen an der IFRA!

An der [IFRA World Publishing Expo & Digital Content](#) Expo im Berliner ExpoCenter City stellt Müller Martini zukunftsorientierte Zeitungseinsteck-Lösungen vor. Informieren Sie sich vor Ort, lassen Sie sich zeigen, wie ein optimierter Workflow Wirtschaftlichkeit und Effizienz verbindet. Unsere Innovationen werden Sie überraschen. Besuchen Sie uns vom 9. bis 11. Oktober in der Messe Berlin, Halle 21 a, Stand F.10. Wir freuen uns auf Sie!

Herzlichst Ihr
Ulrich Rickli
Produktmanager Zeitungsversand-Systeme
Müller Martini AG

