
Journalismus im Netz

Neue Trends, Formate und Praktiken

Janosch Tröhler. Oktober 2019.

Hallo!

- ❑ Wo arbeitest du aktuell?
- ❑ Was fasziniert dich am Journalismus?
- ❑ Was fordert dich im Berufsalltag heraus?
- ❑ Was erwartest du vom heutigen Tag?

Janosch Tröhler

Head of Community, Blick

2019 - heute **MA Digital Management**
Hyper Island

2018 - heute **Head of Community**
Blick

2016 - 2018 **Online-Produzent**
Schaffhauser Nachrichten

2014 - 2016 **Diverse Rollen**
SRF 10vor10, Tamedia ZRZ

2013 - 2017 **Journalismus**
ZHAW IAM

Zürcher Presseverein, Negative White

Unsere Regeln

- ❑ **Unterbrechen**
- ❑ **Fragen**
- ❑ **Widersprechen**

Unsere Ziele

- ❑ Du kennst die Bedeutung der Digitalisierung.
- ❑ Du kennst die wichtigsten Channels für Reichweite und Interaktion.
- ❑ Du kannst ein Produkt konzeptionell aufbauen.
- ❑ Du hast mehr Fragen als zuvor.

Unser Programm

Basics

- Zahlen + Fakten
- Chancen + Risiken
- Business
- Trends

Inputs

- Publikum kennen
- Publikum erreichen
- Kanäle kennen

Konzeption

- Selber bauen
- Selber testen

Präsentation

- Vorstellen

Basics



Zahlen + Fakten

2019 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Created By:
@LoriLewis
@OfficiallyChadd

2019 *This Is What Happens In An Internet Minute*

Zahlen + Fakten

PROPORTION OF UNDER 45s THAT WOULD PICK EACH IF THEY COULD ONLY HAVE ONE ONLINE MEDIA SUBSCRIPTION FOR THE NEXT YEAR – SELECTED MARKETS



37%
Online Video
(e.g. Netflix, Amazon Prime)



15%
Online Music
(e.g. Spotify, Apple Music)



7%
Online News
(e.g. New York Times, Le Monde)

Q_VALUE_2019_A. If you could only have one for the next 12 months, which one of the following would you choose? Base: Under 45s: selected countries = 13,427. Note: This question was asked in 14 countries: US, UK, France, Italy, Spain, Ireland, Norway, Sweden, Finland, Belgium, Netherlands, Switzerland, Austria, Japan, Australia, and Canada.



11%

pay for
ONLINE NEWS

Swiss French 15%
Swiss German 9%



Created By:
@LoriLewis
@OfficiallyChadd

The background features a dark blue gradient with a faint, dotted world map silhouette on the left. Overlaid on this are various digital elements: vertical lines of different colors (orange, yellow, red), circular nodes, and blurred bokeh lights in red, orange, and white, creating a sense of data flow and connectivity.

REUTERS INSTITUTE
**DIGITAL NEWS
REPORT 2019**

Zahlen + Fakten

PROPORTION OF UNDER 45s THAT WOULD PICK EACH IF THEY COULD ONLY HAVE ONE ONLINE MEDIA SUBSCRIPTION FOR THE NEXT YEAR – SELECTED MARKETS



37%

Online Video
(e.g. Netflix, Amazon Prime)



15%

Online Music
(e.g. Spotify, Apple Music)



7%

Online News
(e.g. New York Times, Le Monde)

11% 

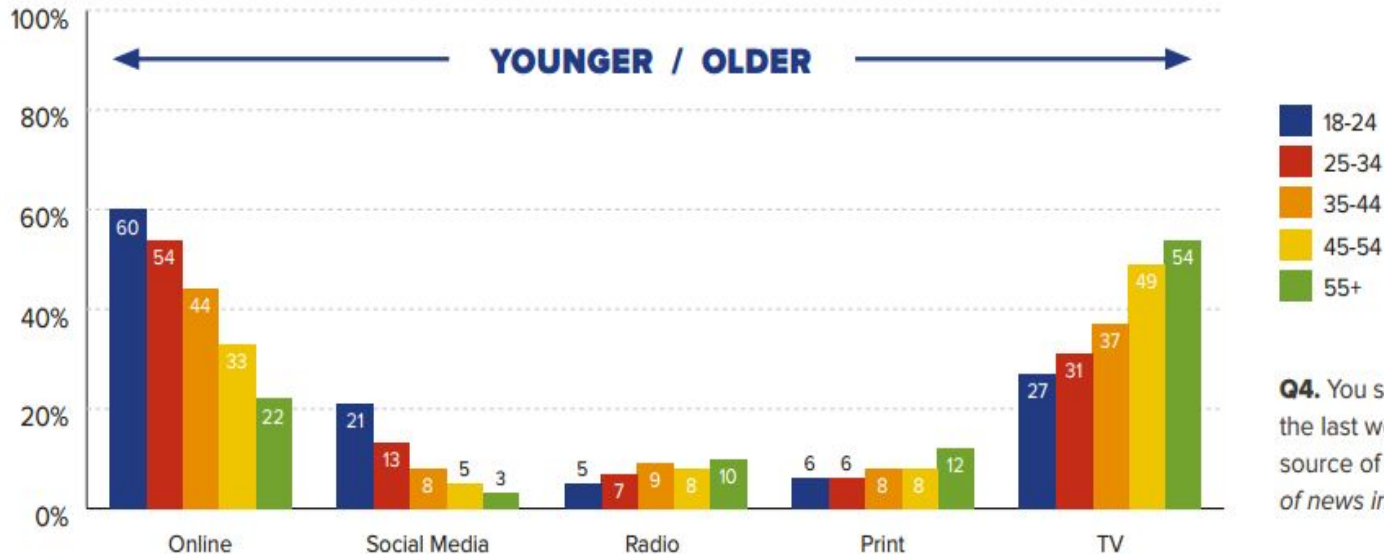
pay for
ONLINE NEWS

Swiss French 15%
Swiss German 9%

Q_VALUE_2019_A. If you could only have one for the next 12 months, which one of the following would you choose? Base: Under 45s: selected countries = 13,42? Note: This question was asked in 14 countries: US, UK, France, Italy, Spain, Ireland, Norway, Sweden, Finland, Belgium, Netherlands, Switzerland, Austria, Japan, Australia, and Canada.

Zahlen + Fakten

MAIN SOURCE OF NEWS BY AGE

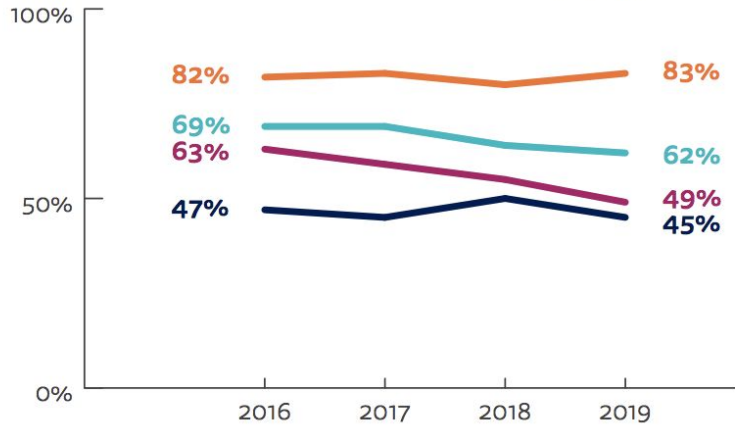


Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news? Base: All who have used a source of news in the last week All = 23155.

Zahlen + Fakten

SOURCES OF NEWS 2016-19

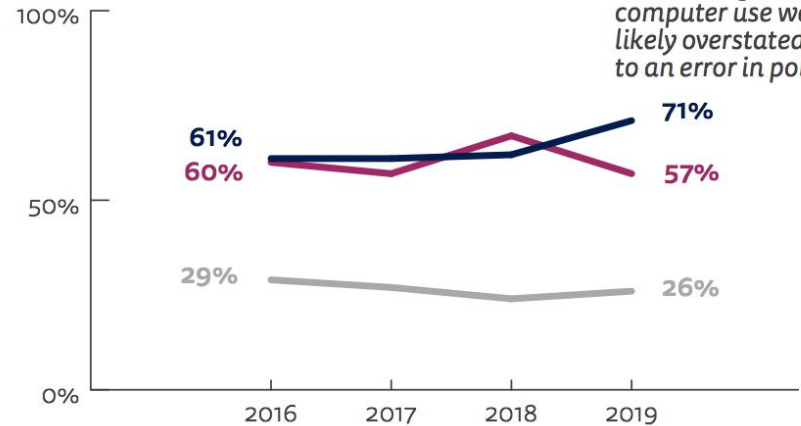
- Online (incl. social media)
- TV
- Print
- Social media



DEVICES FOR NEWS 2016-19









NB: 2018 figures for computer use were likely overstated due to an error in polling



Zahlen + Fakten

TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All
 1	Facebook	32% (-1)	60%
 2	YouTube	26% (+2)	64%
 3	WhatsApp	26% (+4)	74%
 4	Instagram	10% (+3)	32%
 5	Facebook Messenger	8% (+1)	32%
 6	LinkedIn	6% (-1)	17%

Chancen und Risiken

Chancen und Risiken

- + Hoher Medienkonsum
 - + Zugang zu Infos
 - + Geschwindigkeit
 - + Diversifikation der Revenue Streams
 - + Vielfältigkeit
 - + Entmachtung der Legacy Brands
 - + Viel Platz
 - + Transparenz
 - + Interaktion
- Verzettelung
 - Einnahmequellen
 - Fake News / Propaganda
 - Neue Konkurrenz / GAFA
 - Filter-Bubble
 - Alle können publizieren

Business

<https://www.persoendlich.com/medien/welche-blatter-leser-einbussen-welche-zulegen>

- ❑ Advertising (Display, Native Ads, Kooperationen)
- ❑ Subscription
- ❑ Memberships
- ❑ Diversifizierung (Events, Talks, Education)
- ❑ B2B

Trends

- ❑ Video-Konsum wächst mit Gen Z
- ❑ Voice wird zum Interface
- ❑ Augmented Reality erweitert Formen
- ❑ Stärkere Personalisierung der Inhalte
- ❑ Agile Development mit Fokus auf UX und Mobile
- ❑ Journalistic Approaches
 - ❑ Constructive
 - ❑ Community
 - ❑ Collaborative

**Es gibt keine
Allheilmittel für
die Herausforderungen.**

—

**Veränderung ist die
neue Konstante.**

—

Willkommen im Labor

—

Szenario

Dein Arbeitgeber gibt dir den Auftrag, ein neues Produkt für eine spezifische Zielgruppe zu kreieren.

Aufgaben

- Bildet drei etwa gleich grosse Gruppen.
- Überlegt euch, welche Zielgruppe ihr zu wenig oder gar nicht anspricht.
- Alternativ kann es auch eine bestehende Zielgruppe sein, die ihr noch stärker binden wollt.
- Schreibt möglichst genau auf, wie sich diese Zielgruppe definiert (Persona).

Wer ist mein Publikum?

Interessen

Reto hat ein grosses Interesse an Kultur, insbesondere Musik.

Seine Freunde trifft er am liebsten zu einem Bier in einer hippen Bar.

In den Ferien besucht er gerne eine Stadt oder in die Natur mit dem Rucksack.

Persönlichkeit

Reto ist pragmatisch, aber auch qualitätsbewusst. Er liebt das Moderne, aber hat eine Affinität für Vintage.

Politisch steht er links-liberal und gehört zur urbanen Alternative. Er meidet aber das Commitment zu einer einzelnen Partei.

Reto Scherrer



Alter	28
Geschlecht	männlich
Beruf	Designer
Wohnort	Zürich
Bildung	Studium
Beziehung	Single
Einkommen	6500

Konsum

Reto kauft bei Migros oder Coop ein, er achtet hierbei auf die Herkunft und gönnt sich öfters Bio-Produkte.

Modisch kombiniert er Stangenware und qualitative Desinger-Stücke.

Reto ist vorwiegend mit dem Velo und den ÖV unterwegs.

Medienkonsum

Reto hört Musik unterwegs via, zuhause auch gerne Schallplatten. Ab und zu geht er ins Kino, öfter schaut er Filme und Serien auf Netflix.

Reto hat keine Printzeitung abonniert, informiert sich aber auf ausgewählten Online-Portalen, die er direkt ansteuert.

Er hat einen hohen Social-Media-Konsum.



En Guetä!

—

Alles klar.

Aber wie finden
mich jetzt die
Menschen?

**Welche Channels
gibt es?**

Channels

Website

App

Newsletter

Podcasts (Spotify, iTunes, Smart Speaker)

YouTube

Facebook (Gruppen, Seiten, Stories)

Twitter

Instagram (STORIES!)

Snapchat

LinkedIn

Google (Stichwort AMP)

Messenger (FB, WhatsApp, Telegram,...)

Reddit

Refind

Interessante/erfolgreiche Produkte

- ❑ News_wg
- ❑ Podcast Telefonbeantworter
- ❑ izzy
- ❑ Smarter Living
- ❑ 12-App
- ❑ Live Magazine
- ❑ Guider

Los gehts!

Ihr habt jetzt eure Zielgruppe möglichst genau definiert. Jetzt gehts ans Eingemachte.

- Entscheidet euch für einen bestimmten Kanal im Netz, über den ihr das Produkt anbieten wollt.
- Name des Produkts
- Kreativität ist alles: Schafft euch erste Inhalte, die ihr präsentieren könnt. Oder beschreibt sie möglichst genau.

Pause



Vorbereitung der Präsentation

- ❑ Nehmt die Erkenntnisse aus eurer Publikumsforschung und den erarbeiteten Kanälen und erstellt ein kleines Konzept resp. Präsentation für euer Produkt.
- ❑ Inhalte
 - ❑ Begründung
 - ❑ Content
 - ❑ Monetarisierung
 - ❑ ggf. Tool
 - ❑ Frequenz

Pause



Präsentation

Fragen?

Feedback



Danke für dein Commitment!

`janosch.troehler@ringier.ch`

`@janoschtroehler`

`janoschtroehler.com/learning`

