

Nächster Schritt der FUNKE-Digitaloffensive: „User First“ stärkt Attraktivität journalistischer Angebote

Redaktionen richten Arbeitsweise neu aus / Stärkung von Bezahlangeboten

ESSEN, 25.10.2018. „User first“: FUNKE geht den nächsten Schritt seiner Digitaloffensive und richtet die Arbeit in den Redaktionen konsequent auf die Interessen, Bedürfnisse und vor allem die veränderten Nutzungsgewohnheiten der Leserinnen und Leser aus. Ziel ist es, die Markenportale journalistisch noch relevanter, interessanter und aktueller zu machen – und so den Ausbau der digitalen Bezahlangebote zu beschleunigen. Das Konzept haben die Chefredakteure der Regionalzeitungen gemeinsam mit dem Digital-Chefredakteur der Zentralredaktion, Carsten Erdmann, und FUNKE Digital entwickelt. Vorgegangen ist eine datenbasierte Analyse der Nutzungsgewohnheiten der Leserinnen und Leser auf den Online-Portalen.

„Wir haben die Lesegewohnheiten unserer Nutzer untersucht. Das Ergebnis: Unsere aktuellen Produktionsworkflows passen nicht immer ideal zur Mediennutzung unserer Leserinnen und Leser“, sagt FUNKE-Geschäftsführer Andreas Schoo.

„Wir wollen zu jeder Zeit die relevantesten und besten Nachrichten, Geschichten und Serviceangebote liefern. Unser Ziel ist es, mit unseren starken regionalen Marken ein hochattraktives journalistisches Angebot zu schaffen, das den Nutzer konsequent in den Vordergrund stellt: User first“, sagt FUNKE-Geschäftsführer Ove Saffe.

Die Eckpunkte der Strategie im Überblick:

- *Konsequente Trennung zwischen News und Editing*

Die Reporter und Autoren konzentrieren sich auf ihre eigentliche Aufgabe: Recherche und Schreiben. Die Redakteure am Newsdesk veröffentlichen die Inhalte dann auf den unterschiedlichen Kanälen. Alle Inhalte werden zuerst auf den digitalen Angeboten der Regionalmedien, den Markenportalen wie zum Beispiel waz.de und abendblatt.de, veröffentlicht.

- *Dateninformiertes Arbeiten*

Die Auswahl und Gewichtung der Nachrichten, Geschichten und Serviceangebote orientiert sich noch stärker an den Interessen und dem Verhalten der Leser und Nutzer.

- *Aufbau einer einheitlichen technischen Infrastruktur*

Die 12 FUNKE-Regionalzeitungen produzieren ihre täglich fast 2.000 Zeitungsseiten, dutzende Online- und App-Angebote derzeit auf unterschiedlichen Redaktionssystemen. Bis Mitte 2019 sollen für alle Regionalmarken eine einheitliche redaktionelle Infrastruktur und ein gemeinsames digitales Produktportfolio aufgebaut werden.



Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE MEDIENGRUPPE. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.