

Bewegung im Vorarlberger Medienhaus: Welche Ziele die medienhaus.com verfolgt, wie man sich von Apple freimachen wird, und warum in Mobile die Zukunft liegt, verrät der neue medienhaus.com-CEO Gerold Riedmann

Verlag mit digitalem Herzschlag



Gerold Riedmann, CEO medienhaus.com: „Was im Montafon funktioniert, kann in anderen Regionen genauso funktionieren. Aber man muss schnell und gut sein, und es muss mit der Monetarisierung klappen. Aus dieser Position lässt es sich dann hoch springen.“

© Medienhaus

HORIZONT: Sie wechseln von den Vorarlberger Nachrichten, wo Sie stellvertretender Chefredakteur und für Cross-Media-Projekte, App-Entwicklung und das Redesign der Zeitung verantwortlich waren, nun als CEO der Online-Portale zu medienhaus.com. Ist das nicht ein völlig anderer Bereich, für den Sie hier arbeiten werden?

Gerold Riedmann: Ich bin lokal seit vier Jahren für Vorarlberg Online tätig und bringe einige Erfahrung aus anderen Medien mit – ich war im TV-Bereich als Fernsehredakteur, habe um Radio-Lizenzen gestritten, genügend crossmediale Onlineauftritte konzipiert – und beispielsweise in den Anfängen auch die „Big-Brother“-Staffeln als eigene Website mitgestaltet. Die VN waren die einzige Zeitung in meinem Berufsleben. Das fügt sich jetzt alles sehr schön zusammen. Und Georg Burtscher wird mich als Geschäftsführer für Marketing und Verkauf unterstützen.

HORIZONT: Was haben Sie als medienhaus.com-Chefnun alles vor?

Riedmann: Wir haben klare Ziele. In drei Jahren sollen 25 Prozent der Umsätze aus Online kommen. Wenn 70 Prozent der Innovationen im Haus im Online-Bereich passieren, dann spricht das für eine große Zukunftsbaustelle.

HORIZONT: Online eine Baustelle? Wie meinen Sie das?

Riedmann: Baustelle deshalb, weil heute jeder an einem Computergehäuse erkennen kann, wie alt der Rechner ist. Innerhalb kurzer Zeit tut sich so viel bei der Technik, in der Nutzung der Geräte. In Wahrheit befinden wir uns in der Steinzeit. Wir müssen schnell lernen und uns entwickeln. Strategisch müssen wir die Anzeigenumsätze in die Zukunft denken, auch wenn der Euro online schwerer zu verdienen ist als im Printbereich. Aber als VN haben wir über 65 Jahre Erfahrung, online 15 Jahre. Da geht noch was.

HORIZONT: Wo liegen die Online-Umsätze derzeit?

HORIZONT: Was meinen Sie mit einfach?

Riedmann: Wir müssen uns von Geräten trennen, die sind nur die aktuell verfügbare Hardware. Wir sind dabei, unsere Websites und Newsportale auf Wordpress umzustellen. Das heißt, wir arbeiten mit offenen Technologien. Das bedeutet, dass wir eine schön gestaltete mobile Website auf allen Geräten anzeigen können. Die Open-Source-Bewegung hilft Verlagen auch, weil man dann nicht an proprietäre Systeme gebunden ist.

HORIZONT: Sie wollen sich von Apple unabhängig machen?

Riedmann: Wir wollen nicht Apps ausschließlich für ein spezielles iPhone bauen, sondern wir möchten zu einem Anbieter werden, der auf allen Plattformen gelesen werden kann, und damit erledigt sich auch die Frage, ob 30 Prozent an Apple abgegeben werden müssen. Wir glauben, deshalb erfolgreich zu sein, weil wir auf unsere Kunden zugehen. Aber wenn zwischen uns und dem Kunden plötzlich ein Mann aus Cupertino steht, dann ist die Kunden-

beziehung nicht mehr so direkt. Unser Ziel ist es aber, so nah wie möglich am Kunden zu sein.

HORIZONT: Warum gab es abermals eine Umstellung im Vorarlberger Medienhaus?

Riedmann: Wir haben die Grundsatzentscheidung getroffen, den Onlineausbau nachhaltig zu betreiben, die Schlagzahl an Innovationen hoch zu halten, und – ich bin ein Kind der Redaktion – natürlich auch die journalistische Qualität im Gesamtunternehmen zu stärken. Gleichzeitig haben wir mit unseren Portalen und unserer nationalen Vermarktung unter der Dachmarke austria.com/plus werblich nationale Relevanz. Unser Kerngeschäft ist es, regionale Newsportale zu vermarkten. Wenn sie es vermarkten wollen, muss das Portal nicht nur glänzen, sondern auch nützlich sein. Wir werden regionale Nachrichten auf Ballungsräume beschränken, in anderen Thematiken wollen wir uns an den gesamten deutschen Sprachraum oder zumindest an Österreich richten. Wir werden uns nicht hinter dem Arlberg verbarrikadieren.

HORIZONT: Das bedeutet konkret?

Riedmann: Es ist ein hochinteressantes Thema, Nachrichten aus der nächsten Nähe zu bieten. Wir wollen uns tiefer eingraben, als Google je in der Lage sein wird. Wir wollen in den Regionen zeigen, dass im eigenen Ort das Internet von großem Nutzen sein kann. Wir beschäftigen uns mit Innovationen. Aber wir erfinden die Dinge nicht ausschließlich selbst, wir sind leidenschaftliche Kopierer, sehen uns die besten Modelle weltweit an. Wir arbeiten mit Firmen aus New York, Neu-Delhi und Neuseeland, es gibt aktuelle Kooperationen, und mit dem Internet ist die Welt recht klein geworden. Wir müssen beginnen, größer zu denken. Was im Montafon funktioniert, kann in anderen Regionen genauso funktionieren. Aber man muss schnell und gut sein – wenn das funktioniert, dann sollte es dann auch für die Verlage mit der Monetarisierung klappen. Aus der Position lässt es sich dann hoch springen. Wir wissen, wo wir hingehören, und da kann man sehr gut wachsen. Wir haben noch viel vor uns.

Interview: Birgit Schaller

CREATIV CLUB AUSTRIA

cca

Das 33. Jahrbuch des Creativ Club Austria

Jetzt um 39,90 im Buchhandel und unter www.faltershop.at oder www.creativclub.at erhältlich.

www.facebook.com/cca