

Die Zukunft der Zeitschriften im Zeitalter des iPad

Starnberg, 29. März 2010 – Die Nutzung von Medien und deren Bedeutung rückt angesichts der wachsenden Vielfalt von Online-Medien immer mehr in den Fokus von Untersuchungen und Diskussionen. Haben Twitter, Facebook und Co. die klassischen Medien wie Zeitungen und Zeitschriften längst abgelöst? Oder erfüllen sie ganz andere Funktionen und werden deshalb künftig parallel genutzt?

Die Einführung des iPad von Apple lässt erahnen, dass die großen Verlagshäuser auch weiterhin eine Zukunft für ihre Printmedien und Zeitschriften sehen. Das amerikanische Wall Street Journal vermeldete noch vor dem Verkaufsstart mehrere 100.000 Vorbestellungen für das neue Gerät. Gleichzeitig ringt Apple immer noch mit den Verlagen um Inhalte für sein Tablet.

Geschwindigkeit hat ihren Preis

Die schnelle Technik hat ihren Preis und so schlägt der Kauf des neuen iPad mit etwa 500 Euro zu Buche. Die Verlage stehen auf dem Standpunkt, dass auch Qualität ihren Preis haben soll und so ist der Kampf um Inhalte eigentlich – wie soll es auch anders sein – ein Kampf ums Geld. Qualitätsjournalismus kostet Geld, zumindest dann, wenn man Unabhängigkeit und Objektivität wahren will. Und das sind die Erfolgsrezepte der klassischen Printmedien wie Zeitschriften.

Die erste Auflage des neuen iPad ist inzwischen vergriffen. Viele Käufer erhoffen sich durch die teure Anschaffung Einspareffekte an anderer Stelle, denn das Gerät bietet sowohl Informations- als auch Kommunikationsmöglichkeiten auf höchstem Niveau. Durch das Internet hat man sich bereits daran gewöhnt, dass Medieninhalte weitgehend kostenfrei zur Verfügung stehen. Das könnte sich nun ändern: die komplette US-Ausgabe der Zeitschrift „[Men's Health](#)“ wird auf dem iPad exakt so viel kosten wie die Print-Ausgabe.

Qualität setzt sich durch – online wie offline

Doch die Menschen sind auch in Zeiten von Twitter und anderen kostenlosen Internetdiensten durchaus bereit, für objektiv recherchierte und nutzwertige Inhalte zu bezahlen. Fest steht, dass Printmedien in der Geschwindigkeit nicht mit dem Internet mithalten können. In einer immer schnelllebigeren Gesellschaft wächst jedoch das Bedürfnis nach „Entschleunigung“. Die Chance also für [Zeitschriften im Abo](#), die auf die Freizeitbeschäftigungen und den privaten Rückzugsraum der Menschen zugeschnitten sind. Die Lebenszeit des neuen iPad soll übrigens rund fünf Jahre betragen. Es gibt kaum eine Zeitschrift, die das nicht überlebt.

Kontakt Daten Pressestelle:

Kurt Lorenz GmbH & Co KG Buch- und Zeitschriftenvertrieb
Pressestelle | Simone Treutlein
Kaiser-Wilhelm-Str. 8
82319 Starnberg
Tel.: 08151 / 2609-28
Fax: 08151 / 78004
E-Mail: presse@lorenz-leserservice.de
Internet: www.lorenz-leserservice.de/service/news