



tare – hinzugefügt werden, die das Bild immer weiter vervollkommen. Es gäbe bereits vielversprechende Studien, vor allem zu politischen Präferenzen: „Das ist alles noch in den Kinderschuhen, aber es steckt verdammt viel Potential drin.“ Seine Prognose: „Irgendwann wird diese Art von Segmentierung klassische Instrumente wie Sinus-Milieus ersetzen.“ *Tanja Mokosch*

N wie Neue Bezahlmodelle im Netz „In zehn Jahren gibt es keine Zeitungen und Magazine mehr“ – diese Prophezeiung, die Bill Gates, der ehemalige Microsoft-Chef, 1990 machte, hat sich bis heute nicht bewahrheitet. Dennoch hat sich der Stellenwert der gedruckten Zeitung stark verändert. Vor allem sind die Verlage kaum dauerhaft in der Lage, ihre Web-Angebote durch Einnahmen auf dem Printmarkt querzufinanzieren. Deshalb werden neue Wege der Finanzierung diskutiert. Um der „Kostenlos-Kultur“, die sich im Internet etabliert hat, entgegen zu wirken, führten einige Zeitungen, allen voran die New York Times (NYT) und in Deutschland die Bild, Bezahlmodelle für ihre Online-Angebote ein. Am weitesten verbreitet ist das „Freemium-Modell“. Dabei bleibt ein Teil der Artikel kostenfrei, während der Rest des Online-Angebotes nur nach Erwerb eines Tagespasses oder Abos zugänglich wird. Aus Lesern sollen zahlende Kunden werden.

Am Beispiel von mobilen Endgeräten wird deutlich, dass die Leser durchaus bereit sind, für journalistische Inhalte Geld auszugeben. Die digitalen Produkte können helfen, Reichweite und eine Kundenbindung aufzubauen, die an anderer Stelle zurückgeht. Deshalb sind heute Paid-Content-Strategien aktueller denn je. Fast jeder Verlag spielt mit dem Gedanken, diese einzuführen oder hat es bereits getan.

Auch das Kölner Verlagshaus M. DuMont Schauberg ist längst im digitalen Zeitalter angekommen: Als erste regionale Zeitung in Deutschland hat der Kölner Stadt-Anzeiger eine Tablet-App auf den Markt gebracht, besaß schon früh eine iPad-Redaktion und wurde so zum Vorreiter. Im November 2013 wurde bekannt, dass die App mit dem „European Newspaper Award“ ausgezeichnet wurde.

Michael Krechting, Ressortleiter für Digitales beim Kölner Stadt-Anzeiger fasst die Digitalisierungsstrategie des Hauses zusammen: „Wer im World Wide Web auffallen will, sollte auf ein Alleinstellungsmerkmal setzen, um nicht in der Masse zu verschwinden. Eine Zeitung wie der Kölner Stadt-Anzeiger hat prinzipiell ein großes Potenzial an einzigartigen Inhalten: Unsere Stärke gerade in der lokalen Berichterstattung und im lokalen Service ist ein Pfund, mit dem wir zukünftig auch im Internet noch stärker wuchern wollen.“ Das komplette Interview finden Sie unter <http://digitale-zukunft-koeln.de/wenn-die-medien/> *Adam Zapert*

O wie Open WiFi Die ganze Welt ist vernetzt, ob zu Hause oder unterwegs – das Bedürfnis nach ständiger Erreichbarkeit wächst. Darauf reagieren öffentliche Orte wie Cafés, Museen, Flughäfen und inzwischen auch ganze Städte und öffnen ihre Netze. Doch dieser Service birgt, vor allem für kleinere Anbieter, nicht unerhebliche Risiken. Das Café Goldmund ist einer von vielen Kölner Gastronomiebetrieben, der seinen Gästen freies WLAN zur Verfügung stellt. Das Angebot wird rege genutzt. Inhaber Ulf Nitribitt sieht aber auch die Schattenseite des offenen Netzes: „Wir leben in der ständigen Angst vor Missbrauch.“ Dem muss sich jeder stellen, der sein WLAN Fremden zur freien Verfügung stellen möchte, denn das Internet ist auch eine große Plattform für illegale Handlungen, die sich weniger folgeschwer in fremden Netzen verrichten lassen, kaum nachvollziehbar sind und somit auf die Anbieter des Hotspots zurückfallen.

Obwohl die Nachfrage nach offenem WLAN offenbar ständig steigt, hat die Zahl offener Netze in den letzten Monaten nur ganz leicht zugenommen, so Markus Schwab, Betreiber der Website freie-hotspots.de. Auf seiner Plattform liefert er seinen Usern Übersichten freier WLAN-Netze in verschiedenen deutschen Großstädten, darunter auch Köln. Er erklärt den nur langsamen Zuwachs offener Netze mit der Ungewissheit, wer das Netz nutzt und vor allem wofür. Aber Open WiFi rückt mehr und mehr in den Fokus: In Berlin spricht der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit bereits von flächendeckendem freien

Open WiFi interaktiv
– eine Karte mit offenen WLANs in Köln finden Sie unter www.digitale-zukunft-koeln.de/openwifi/



Wenn Sie diesen QR-Code mit einer App auf Ihrem Smartphone scannen, kommen Sie direkt auf unsere Website. Oder Sie gehen den ganz klassischen Weg und tippen die URL www.digitale-zukunft-koeln.de ein. Oder Sie suchen uns mit Hilfe einer Suchmaschine. :-)

WLAN, in München ist jeder, der will, in Sekundenschnelle mit dem sogenannten M-net verbunden, in Düsseldorf lässt die Wall AG seit September 2013 die freien Hotspots nur so aus dem Boden sprießen, und auch Köln hat sich anstecken lassen und öffnet sein Netz. Zum Weihnachtsmarkt hat der Kölner Netzanbieter NetCologne auf dem Roncalliplatz den ersten freien Hotspot errichtet. Seinem Beispiel sollen ab Frühjahr 2014 Heumarkt, Alter Markt, Heinrich-Böll-Platz und der Ottoplatz in Deutz folgen. Geschützt sind die Hotspots durch einen Registrierungsprozess mit Angabe des Namen, einer Mailadresse und der Zustimmung der Nutzungsbedingungen, der den Nutzer nicht lange aufhält, es dem Anbieter jedoch ermöglicht, Gesetzesverstöße schnell zurück zu verfolgen. Eine Entwicklung, die im europäischen Vergleich weniger fortschrittlich ist, als es auf den ersten Blick scheint. Wer in Städten wie Madrid, London oder Dublin in einen Nahverkehrsbus steigt, kann dort schon länger nach Herzenslust surfen und besonders im Baltikum und in Ost-Europa ist das Angebot freier Hotspots deutlich größer als im Westen. *Marie Neuhalfen*