

5. November 2015  
92/15

**Pressedienst**

## **Einladung an die Medien**

# Wird die gedruckte Zeitung zum Nischenprodukt?

## **Informations- und Diskussionsveranstaltung zur Zukunft von Printmedien**

Zum 1. Mai 2015 verkaufte der Axel-Springer-Verlag etablierte Printmarken wie das „Hamburger Abendblatt“ oder die „Berliner Morgenpost“ an die Funke Mediengruppe. Beispiele wie diese zeigen: Die Medienhäuser befinden sich im Umbruch, weil die Auflagen der Printmedien sinken und immer mehr Menschen digitale Informationsangebote nutzen.

Prof. Dr. Michel Clement und Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock vom interdisziplinären Research Center for Media and Communication (RCMC) der Universität Hamburg befassen sich seit längerem mit dieser Entwicklung auf dem Medien-Markt. Sie gehen davon aus, dass Verlagshäuser, die weiterhin vorrangig auf Printprodukte setzen, in Zukunft finanziell unter Druck geraten werden, da sich der Werbemarkt immer mehr in die Online-Medien verlagert. Nur starke Printmedien, die Star-Journalistinnen und -Journalisten fördern und exklusive Inhalte bieten, werden sich am Markt behaupten können.

Prof. Clement und Prof. Wellbrock laden herzlich ein zu der Informations- und Diskussionsveranstaltung

### **Die Zukunft der Zeitung**

**am Mittwoch, dem 11. November 2015, von 18.00 – 20.00 Uhr,  
im Hauptgebäude der Universität Hamburg, Flügelbau West, Raum 221,  
Edmund-Siemers-Allee 1, 20146 Hamburg.**

**Medienvertreterinnen und -vertreter sind herzlich willkommen.  
Anmeldungen werden erbeten unter: [jessica.kurre@uni-hamburg.de](mailto:jessica.kurre@uni-hamburg.de)**

**Link zur Veranstaltung: [www.rcmc-hamburg.de/rcmc\\_news/die-zukunft-der-zeitung](http://www.rcmc-hamburg.de/rcmc_news/die-zukunft-der-zeitung)**

Im Rahmen der Veranstaltung diskutieren sowohl Manager aus der Verlagsbranche, Mediaplanung und Marktforschung als auch Journalisten mit den Wissenschaftlern und der Öffentlichkeit.

Die Veranstaltung wird gefördert von der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius.

Das RCMC bündelt die medienbezogene Forschung an der Universität Hamburg in vier Fakultäten und koordiniert sie mit den Forschungsaktivitäten am Hans-Bredow-Institut. Es ist das größte medienwissenschaftliche Netzwerk in Deutschland und eines der größten in Europa.

**Für Rückfragen:**

Prof. Dr. Michel Clement

Universität Hamburg

Fakultät für Betriebswirtschaft, Marketing & Media

Tel.: 040 428 38-8721

E-Mail: [michel.clement@uni-hamburg.de](mailto:michel.clement@uni-hamburg.de)