

Das Multimedia-App der Oberhessischen Presse

WAN-IFRA

XMA Cross Media Award 2011

iOS



Android



Deutsche Version

Achtung!

Die eigentliche Präsentation haben wir „am lebenden Objekt“ in Form einer iPad-Ausgabe für Sie zusammengestellt.

Um das App auf Ihrem iPad zu installieren verbinden Sie Ihr iPad mit einem WLAN und rufen im Safari-Browser diese Domain auf:

www.mymedia.de/ifra

Dieses Handout beinhaltet alle relevanten Texte aus o.g. Präsentation.

Editorial

Ein kleines Medienhaus setzt neue Maßstäbe im Bereich Infotainment

Los geht's

Was kann die Multimedia-App der Oberhessischen Presse

Workflow mit Audio-Slideshow

So kommen die Artikel aus der Zeitung auf den Tablet-PC

Was kann die App?

So stark sind die verschiedenen Gestaltungsformen

Das „app“ solut Beste

Spielwiese: Die aufwendigsten und attraktivsten Dossiers

Tablet vs. Print

Was kann die App, was die Zeitung nicht kann?

Zahlen und Fakten

Fragen und Antworten rund um das Medienhaus

Zielsicher

Werbung auf den Tablet-PCs: Neue Möglichkeit für Kunden

„App“ in die Zukunft

Ausblick: Dahin geht die Entwicklung mit der Multimedia-App

Editorial

Erstmals zeichnet die WAN-IFRA in diesem Jahr originelle, anwenderfreundliche Apps für Tablets und Smartphones mit dem XMA-Award aus und prämiert besonders pfiffige Geschäftsmodelle in diesem Segment. Eine Premiere. Eine Herausforderung, der wir uns gern stellen. Denn als erste Lokalzeitung in Deutschland überhaupt gibt die Oberhessische Presse (OP) eine iPad-Edition heraus, die mehr bietet, als die detailgetreue Umsetzung der gedruckten Zeitung.

Der Premiere dieses Produkts im Dezember 2010 folgte die Erweiterung des App-Angebots um eine ePaper-Version im Juni 2011 und kurz darauf eine abermalige Premiere: Als erste Zeitung in Deutschland liefern wir dieses multimediale Tagesmagazin auch für Tablets mit Googles Betriebssystem Android 3.0 (Honeycomb) aus.

In der Tablet-Edition bündeln wir alle verfügbaren Darstellungsformen innerhalb eines Produktes und schaffen somit ein neues Medienerlebnis: Per Video, Audio, Grafik, Bild und Text informieren wir unsere Leser bereits Stunden vor dem Erscheinen der gedruckten Ausgabe über die wichtigsten Themen und aktuellen Ereignisse der Region. Sie sehen, lesen, hören vorab, was morgen für Gesprächsstoff sorgen wird und was die Redaktion der OP aus den journalistischen Möglichkeiten macht, die das neue Medium eröffnet.

Von Montag bis Freitag bereiten wir die Top-Nachrichten multimedial in einer faszinierenden Kombination aus Inhalt und Form auf. Dabei bleiben wir dem Grundsatz treu, dass OP-Leser schneller besser informiert sind über das Leben in und rund um Marburg und setzen das Geschehen vor Ort intensiver denn je um. Aus den neuen Erzählformen entwickeln unsere Redakteure, Fotografen und Mediengestalter ein spannenden Mix aus seriösem Journalismus in aufregender Verpackung - Infotainment pur. Stammleser werden für Ihre Treue belohnt: Bezieher der Printausgabe erhalten das neue Produkt zum monatlichen Vorzugspreis und wer noch kein iPad besitzt, kann auch dieses bei uns zu Sonderkonditionen kaufen.

Erfahren Sie in dieser Sonderausgabe mehr über unseren digitalen Weg zu unseren Kunden.

Los geht's

- das „Magazin“ der Oberhessischen Presse
- die erste App einer Tageszeitung mit ausschließlich lokalen Inhalten
- das Beste der Zeitung – Lesegeschichten, Leserservice und das Wichtigste aus der Region, präsentiert auf mindestens 20 Multimedia-Dossiers pro Tag
- attraktive Themenaufbereitung durch die Bündelung aller multimedialen Elemente. Fotostrecken, Videos, Kommentare, Audio-Files verknüpft mit allen Hintergründen und Zusatzinfos
- hoher Nutzwert für den Leser
- durch die hochwertige Anmutung bietet die Multimedia-App eine besondere Werbefläche für Anzeigenkunden
- eigene Schwerpunktsetzung der Themeninhalte losgelöst vom Print-Produkt
- tägliche Erscheinungsweise (Montag bis Freitag)
- einfache Bedienung – mit einem Fingerwisch zum nächsten Thema
- durch den deutlich früheren Erscheinungszeitpunkt (22 Uhr) wird der Leser schon Stunden vor der gedruckten Ausgabe über die wichtigsten Themen informiert

Workflow

Die Multimedia-App der Oberhessischen Presse hat ein Ziel: Aufbereitet mit den multimedialen Elementen eines Tablet-PCs liefert sie das Beste der Printausgabe. Angereichert mit Fotos, Videos, Hintergründen, Grafiken und Audiofiles bietet die App eine leicht zu konsumierende und bildstarke Präsentation.

Die Arbeit aus allen Ressorts des Medienhauses fließt zu einem Produkt zusammen. Das Bewusstsein für multimediales Arbeiten in den Redaktionen ist stark ausgeprägt. Alle Redakteure, die an dem Printprodukt beteiligt sind, leisten auch ihren Beitrag für die Multimedia-Ausgabe.

Gesteuert wird die Planung von Chefredakteur, Lokalchef und Blattmacher, die den Ablauf von der Planung am Morgen bis zum fertigen Produkt am Abend um 22 Uhr begleiten.

Text aus der Audio-Slideshow

Wie kommen die besten Geschichten, Hintergründe und Servicethemen der Printausgabe der Oberhessischen Presse in die iPad-App? Basis des Ganzen ist natürlich Kommunikation.

Ohne genaue Absprachen zwischen den unterschiedlichen Ressorts und Lokalausgaben funktioniert nichts. Die Redakteure, Fotografen, Videofilmer und die vielen anderen, die an der Produktionskette beteiligt sind, haben ein starkes Bewusstsein für crossmediale Arbeit entwickelt.

Die Planung für die neue Ausgabe der Oberhessischen Presse beginnt schon mit der Bewertung der Tagesaktuellen. Welche Geschichte wurde inhaltlich und optisch gut umgesetzt?

Bei welcher sind Fragen aufgekommen, was kann besser werden? Was vertiefen wir? In der täglichen Blattkritik werden genau diese Punkte angesprochen – sowohl für das Printprodukt als auch für die iPad-Ausgabe. Aus Fehlern lernen, Gutes verbessern ist die Devise. In der Frühkonferenz wird zudem der grobe Rahmen für den Tag abgesteckt. Was sind die Topthemen? Was bewegt die Menschen in der Stadt und der Region? Was wird möglicherweise das Titelthema?

Die Koordination des Tagesplans übernehmen der Chefredakteur, Lokalchef und Blattmacher. Ihre Aufgabe ist es, die Themen in die unterschiedlichen Kanäle zu leiten. Was kommt in die Zeitung? Was ist exklusiv für das iPad? Wie wird das Ganze online aufbereitet? Mit allen Formen der multimedialen Gestaltung verknüpft ist das Foto- und Videoteam.

Sie müssen den Anforderungen der crossmedialen Darstellungsformen gerecht werden, verschiedene Motive liefern – über den traditionellen Print-Tellerrand hinaus blicken und sowohl in Stand- als auch Bewegtbild denken. Je konkreter das Storyboard vor dem Termin besprochen wurde, umso zielgerichteter funktioniert die Arbeit vor Ort.

Bis zum fertigen iPad-Produkt, oder Dossier, wie eine Themenkomplexe auch betitelt wird, sind noch einige Zwischenschritte nötig. Schließlich gilt es, die diversen Bestandteilen zu einem Großen zusammenzufügen. Text, Bild, Hintergründe, Fotostrecken, Videos – alle Elemente sollen schlussendlich zentral und ansprechend präsentiert werden.

Der erste Schritt in diesem Prozess ist das „Fließen lassen“. Das bedeutet: Aus dem Redaktionssystem DTI werden Inhalte des Printprodukts auf die Darstellungsformen der iPad-Produktion übertragen. Dieser Schritt richtet sich in erster Linie nach dem Format des Fotos, das begleitend zum Text genutzt wird. Bietet sich ein Querformat, Hochformat oder gar ein Vollformat an?

Diese Entscheidung treffen der Blattmacher oder die Produzenten. Sie sind dafür zuständig, Texte zu redigieren, Bilder zu wählen und die Postproduktion vorzubereiten. Das bedeutet auch, für die Dossiers Zusatzcontent zu recherchieren und den Servicefaktor aufgrund der digitalen Möglichkeiten noch deutlicher in den

Vordergrund zu rücken

Den Feinschliff übernimmt die Postproduktion. Fotostrecken und Videos einbinden, bildlauffähige Lesebereiche erstellen, grafische Details ausarbeiten, kurzum: die sogenannte Veredelung sorgt für die Funktionalität der App.

Sind diese Arbeitsschritte abgeschlossen, folgt noch eine letzte Qualitätskontrolle durch den Chefredakteur und Blattmacher. Stimmen die Überschriften? Laufen alle zusätzlichen Elemente wie Video und Audio fehlerfrei? Weckt das Titelbild genügend Neugierde, um im virtuellen Kiosk der Oberhessische Presse bestellt zu werden?

Sind diese Kriterien erfüllt, wird die Ausgabe bereits am Abend um spätestens 22 Uhr zum Download angeboten. So bekommt der Leser das Wichtigste und Beste vom Tage schon Stunden vor dem Erscheinen der gedruckten Ausgabe und wesentlich umfassender als Online. Alles das, was die klassische Tageszeitung auszeichnet, folgt dann am Morgen auf Papier.

Was kann die App?

Auf dieser Seite finden Sie zahlreiche Geschichten und Nachrichten als Beispiel für die zahlreichen Gestaltungsformen. Einerseits in klassischer, redaktioneller Aufmachung, andererseits in speziell entwickelten Sonderformaten für die besonders hochwertige Informationsübermittlung. Berühren Sie einfach die Screenshots.

Das „app“ solut Beste

Wischen, tippen, streichen - jeder, der erstmals ein Tablet-PC in der Hand hält, findet durch einfaches Ausprobieren heraus, wie das Prinzip funktioniert.

Schnell wird klar: ein Tablet-PC kann weitaus mehr, als nur Informationen übermitteln.

Diese Zusatzmöglichkeiten setzen wir in der Multimedia-App der OP in jeder neuen Ausgabe um. Den Leser erwartet mindestens ein Dossier, in dem Zusatzinhalte durch Tippen, Streichen oder Wischen hervortreten.

Hinter der kleinen Spielerei verbirgt sich meist ein großer Mehraufwand, der durch eine noch größere Zufriedenheit der App-Nutzer gerechtfertigt wird.

Es gilt: Wer ein Tablet-PC nutzt, der möchte alles - nur nicht gelangweilt werden. Unser Anspruch ist es, jeden Tag aufs Neue zu überraschen. Erwarte das Unerwartete - so heißt es, das Motto der Multimedia-App der Oberhessischen Presse.

Hier finden Sie einige Beispiele zur Umsetzung. Tippen Sie einfach auf die Sterne.

Tablet vs. print

Mutig, frech, plakativ - so präsentieren sich die einzelnen Dossiers in der Multimedia-App der Oberhessischen Presse. Ansprechende Grafiken und wortgewaltige Überschriften setzen die Themen des Tages in das richtige Licht.

Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Erlaubt ist, was gefällt.

Immer häufiger beeinflusst diese „magazinige“ und frische Gestaltung der Multimedia-App auch das Printprodukt.

Grafiken, die speziell für den Tablet-PC ausgearbeitet wurden, werden vermehrt für die Bebilderung der Printartikel genutzt.

Ein Synergieeffekt, durch den besonders die Zeitung profitiert. Die Leser werden mit einer jüngeren und mutigeren Darstellungsform überrascht, die sie so bisher nicht kannten.

Zahlen und Fakten

Zukunftsorientiert und doch traditionell: Die Oberhessische Presse hat den Wandel vom Zeitungs- zum Medienhaus vollbracht. Leser und Kunden erwarten neben dem Printprodukt zahlreiche Zusatzangebote, die die Oberhessische Presse so unverwechselbar machen.

120 Mitarbeiter arbeiten tagtäglich an den verschiedenen Produkten des Medienhauses und gewährleisten höchste Qualität. Das betrifft nicht nur den Printbereich. Video-, Foto- und Internetredakteure verstärken das Team der OP und garantieren so größtmögliche multimediale Flexibilität.

Zudem kümmern sich Medien-Designer um die optimale Gestaltung der einzelnen Produkte. Das Gesamtpaket komplett macht die Full-service-Agentur mymedia, die der OP angeschlossen ist und die individuellen Kundenwünsche betreut.

Diese Entwicklung erfordert von allen Beteiligten ein Umdenken und eine Neustrukturierung. Die Bereitschaft ist groß – der Erfolg spornt an. Über 300 Leser nutzen bereits das App-Angebot der Oberhessischen Presse, Tendenz steigend. Durch die Markteinführung neuer Tablet-PCs soll sich diese Zahl bis zum Ende des Jahres 2011 noch verdoppeln.

Das Medienhaus

- 120 Mitarbeiter im Verlag
- Oberhessische Presse (Auflage: 28.000), Erstausgabe der Tageszeitung im Jahr 1866
- Gießener Zeitung (seit 2008, Auflage 127.500), Deutschlands erste Mitmachzeitung mit über 5000 angemeldeten Bürger-Reportern.
- Anzeigenblätter „Marburg extra“, „Anzeiger extra“ und „Hinterland extra“ (118 143 Exemplare)
- „Mein Samstag“ (87 500 Exemplare), kostenfreie und serviceorientierte Ergänzung zur Oberhessischen Presse
- www.op-marburg.de (1,8 Mio Page Imp., 200 000 Unique User)
- Oberhessische Presse TV
- Apps für iPhone, iPad, Android 3.0
- Videoproduktion für Geschäftskunden
- Mitmach-Portal www.myheimat.de (2 400 Bürger-Reporter)
- Full-Service-Agentur mymedia
- Postdienstleistungen über Citipost Nordhessen

Die Multimedia-App

- Start: 6. Dezember 2010
- Produziert mit der Softwarelösung Woodwing
- tägliche Ausgabe (Dienstag – Samstag)
- Inhalt: Best-of der Zeitung mit Schwerpunkt auf bildstarken und magazinigen Themen, multimedial aufbereitet
- Verkaufspreis im iPad-Store: 0,79 Euro/Ausgabe
- iPad-Abos der OP (Stand Mai 2011): 310
- Ziel bis Ende 2011: 500 -700 Abos für Tablet-PCs
- Bezugspreis (Mindestverpflichtung 24 Monate)
9 € monatl. für Printabonnenten (App plus Print 36,40 €/Monat)
16 € monatl. für Nicht-Printabonnenten
- zusätzlich besteht für Abonnenten die Möglichkeit, vergünstigt das iPad 2 für 16 € monatlich (MLZ 24 Monate) oder als einmalige Sonderzahlung von 360 € zu erwerben
- Anzeigenschaltung für das Abo erfolgt in folgenden Objekten: Oberhessische Presse, Anzeigenblätter, Verlagsbeilagen sowie Kinowerbung, Online-Werbung, „Abo-Konfigurator“ und zudem viral über Social Media wie Facebook, Twitter, etc.

Werbung auf dem iPad

Nicht nur die Tageszeitung erhält auf dem Tablet-PC ein neues Gesicht. Auch den Werbemöglichkeiten werden keine Grenzen mehr gesetzt.

Ob kurze Imagevideos, Bildergalerien oder interaktive Dossiers – Werbefläche wird auf den Tablets kreativer und innovativer denn je gestaltet.

Für die Nutzer bedeutet diese Form der Werbung besondere Effekte: sie ist innovativ und, noch viel wichtiger, sie überrascht.

Mit grafischen und technischen Hilfsmitteln wird die Werbung hervorgehoben, der Nutzer kann das Produkt förmlich selbst erarbeiten. Die Verweildauer und damit der Werbeeffekt wird durch diese Form deutlich gesteigert.

Die spezielle App-Werbung wird in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden und den Medienexperten der OP entwickelt und auf die individuellen Anforderungen des Auftraggebers abgestimmt.

Gebucht wird die Werbefläche jeweils für mindestens eine Woche. Die Anzeige im bildschirmfüllenden Format wird zwischen den redaktionellen Beiträgen platziert und erscheint beim Blättern zwischen den einzelnen Dossiers.

Der Preis richtet sich nach dem Aufwand – die Gestaltungsmöglichkeiten sind unbegrenzt.

Aktuell arbeitet der Verlag an technischen Möglichkeiten zur verbesserten Werbewirkungsanalyse.

„App“ in die Zukunft

1. Mai 1866

Noch unter dem Namen „Oberhessischer Anzeiger“ erscheint die erste Tageszeitung im Raum Marburg. Heute ist die Zeitung unter dem Namen „Oberhessische Presse“ bekannt, verfolgt aber noch immer das gleiche Ziel wie vor 145 Jahren: Die Leser informieren, Hintergründe präsentieren.

4. April 1998

Unter www.op-marburg.de können sich Leser erstmals auch im Internet über die wichtigsten lokalen Ereignisse informieren.

2006

Schneller informiert: durch ein spezielles SMS-Angebot können OP-Leser schon vor allen anderen die wichtigsten lokalen Nachrichten erfahren – immer und überall.

August 2007

Kurze Videos von lokalen Ereignissen ergänzen das Online-Angebot der Oberhessischen Presse. Hierfür wurde extra eine eigene Videoredaktion gegründet.

Juni 2010

Kurz, schnell, prägnant: Die iPhone-App der Oberhessischen Presse informiert unterwegs über die wichtigsten Ereignisse aus Marburg und Umgebung.

6. Dezember 2010

Als erste Lokalzeitung Deutschlands gibt die Oberhessische Presse ein multimediales Tagesmagazin für das iPad heraus. Gleichzeitig startet das tägliche Videoformat „Die Region in 100 Sekunden“ mit Kurznachrichten aus der Region.

7. Juni 2011

Die ePaper-App der Oberhessischen Presse steht im App-Store zum Download bereit. Die ePaper-App ist eine detailgetreue Umsetzung der gedruckten Zeitung mit allen Inhalten inklusive des Anzeigeteils – für Abonnenten ist das Angebot kostenlos.

11. Juni 2011

Als erste Tageszeitung in Deutschland stellt die Oberhessische Presse eine Nachrichten-Anwendung für Tablet-PCs mit Googles Betriebssystem Android 3.0 (Honeycomb) bereit. Die App der OP läuft auf dem

Oberhessische Presse

HITZEROTH DRUCK + Medien GmbH & Co. KG
Franz-Tuczek-Weg 1
35039 Marburg

Ihr Kontakt:

Franziska Wagner, Marketing
Telefon: +49 (0) 6421 - 409 104
franziska.wagner@op-marburg.de