

## „Paywall für Onlinemedien“: Wo liegen aktuell die Bezahlschranken?



Mit ihrem aktuellen Whitepaper „Paywall für Onlinemedien – Chancen, Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele“ reagiert dotSource auf die aktuellen Herausforderungen in der Verlagsbranche. Nachdem BILD.de die Paywall eingeführt hat, ist das Thema Bezahlmodelle für Onlinemedien in Deutschland brisanter als je zuvor. Verlagshäuser erfahren, wie Paid Content Impulse für die Zukunft des Journalismus geben kann und für welche Inhalte die Leser bereit sind zu zahlen. Dafür hat die Agentur eine umfangreiche Analyse verschiedener Bezahlmodelle vorgenommen und daraus Erfolgsfaktoren und Handlungsempfehlungen für kostenpflichtige Inhalte abgeleitet. Vor allem die New York Times gilt als Vorreiter der Bezahlschranke. Ihr modernes, multimediales Storytelling wird als Best Practice herausgearbeitet und zeigt, wie Qualitätsjournalismus von einer Paywall profitieren kann. Weiterhin klärt das Whitepaper über die technischen Rahmenbedingungen auf und erläutert, dass die Transaktionen der Paywall in modernen E-Commerce Systemen durchgeführt werden können und so Eigenentwicklungen an Bedeutung verlieren.

Aus langjährigem Kundenkontakt kennt die dotSource die Probleme und Bedürfnisse der Verlagshäuser: „Traditionelle Verlage haben sich zu modernen Medienhäusern gewandelt und müssen sich nach neuen Standbeinen für ihr Geschäftsmodell umsehen. Klassische Werbung reicht nur bei den wenigsten, um schwarze Zahlen zu schreiben. Dennoch schrecken die meisten Onlinemedien noch immer davor zurück, ihre Leser zur Kasse zu bitten“, so Christian Grötsch, Geschäftsführer dotSource.

Das interaktive Whitepaper kann auf der Homepage von dotSource heruntergeladen werden: [www.dotsource.de/paywall-whitepaper/](http://www.dotsource.de/paywall-whitepaper/)

<http://www.e-commerce-magazin.de/whitepaper/paywall-fuer-onlinemedien-wo-liegen-aktuell-die-bezahlschranken>

3. Juli 2013