

5. Hausarbeit

—

Konzept für eine (Very-)Special-Interest Zeitschrift

„GSM & Co“

Thomas Pfeiffer^a

10. Dezember 2000

Zusammenfassung

Im Rahmen dieser Arbeit soll ein Konzept für eine (Very-)Special-Interest Zeitschrift erstellt werden. Es gibt keinerlei thematische oder wirtschaftliche Einschränkungen (zB die Papierqualität oder den Umfang betreffend), der Kreativität sind daher keine Grenzen gesetzt.

Als einzige Randbedingung wurde eine Konkurrenzsituation vorgegeben; dh, der Auftraggeber hat mehrere Teams mit der Erstellung eines Konzepts betraut.

Lehrveranstaltung: Grundprobleme der journalistischen Vermittlung:
Printmedien, UE,
gehalten im Wintersemester 2000

LVA-Nr.: 607.058 (iG-3.2)

Vortragender: Hannes Haas

Autor: **Thomas Pfeiffer, 9325691, A301/A300**

Web-Adresse: http://www.SmTP.at/uni_dokumente/Haas_3.2_5.pdf

^aE-Mail: thomas.pfeiffer@maxonline.at

1 Vorbemerkungen

„GSM & Co“ ist eine einmal monatlich erscheinende Publikation zum Thema Mobilfunk, die sich an eine sehr spezielle LeserInnenschaft wendet. Sie soll zwischen dem auf Telekommunikation allgemein ausgerichteten *Telekommunikations Report* bzw. dem *Telekommunikations Report newsletter* und den eher boulevardesken *Mobile Times* und *Connect* positioniert werden. Die drei Hauptsäulen sind *Technik*, *Wirtschaft* und *Service* (siehe Seite 3).

Da die Telekommunikationsbranche sehr schnelllebig ist, soll für Abonnenten die Möglichkeit geschaffen werden, sich via Internet ständig auf dem letzten Stand zu halten. Hier ist ein „Schlagzeilenservice“ angedacht, das die Leser rasch über die wichtigsten Neuerungen informiert. Die Papierausgabe dient dann der Vertiefung dieser Themen.

2 Titel der Zeitschrift

Der Titel der Zeitschrift lautet „GSM & Co“.

„GSM“ steht dabei für das Hauptthema der Zeitschrift: Mobilfunk auf Basis des Standards GSM.¹ „& Co“ soll hingegen den Blick über den Tellerrand zu verwandten Themen ermöglichen – etwa zu Tarifen, zu wirtschaftlichen Themen oder zu anderen, neuen Mobilfunkstandards wie zB HSCSD, GPRS, EDGE oder UMTS.

3 Definition der Zielgruppe

Die Zielgruppe von „GSM & Co“ ist männlich, zwischen 19 und 45 Jahre alt und eher städtisch. Die Leser sind technisch interessiert und zu einem gut Teil auch technisch vorgebildet, arbeiten daher auch in einer technischen Branche – oftmals als Firmengründer und -leiter in Klein- und Mittelbetrieben – oder sind leitende Angestellte in Großunternehmen. Sie haben meist das Hobby zum Beruf gemacht und sind daher dementsprechend engagiert. Dass sie einer höheren Einkommensschicht angehören, ergibt sich dadurch von selbst.

Das Wissen des Rezipienten auf dem Bereich des Mobilfunks ist wesentlich größer als das des Durchschnittsbürgers; die Artikel können daher auf dementsprechendes Vorwissen setzen.

Als Zielmarkt ist wegen seiner Größe Deutschland optimal; in Österreich würden sich wohl zuwenige Leser finden, um „GSM & Co“ ein wirtschaftliches Überleben sichern zu können; „GSM & Co“ soll trotzdem auch in Österreich vertrieben werden.

¹Dies impliziert, dass „GSM & Co“ in einigen Jahren zu „UMTS & Co“ umbenannt werden muss.

4 Blattlinie und journalistische Philosophie

Die Zielgruppe sind anspruchsvolle, gebildete Leser mit entsprechendem Vorwissen. Daraus ergibt sich auch die Blattlinie: Die Artikel müssen ausführlich sein und allumfassend informieren. Die Recherche muss daher einen breiten Raum einnehmen, um eine gleichbleibend hohe Qualität der Artikel zu garantieren. Dies setzt auch eine gewisse Vorbildung der Journalisten von „GSM & Co“ voraus, die neben bereits vorhandener einschlägiger Ausbildung zB durch spezielle (Weiterbildungs-)Kurse gewährleistet wird.

Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt ist eine neutrale Werthaltung gegenüber allen auf dem Markt agierenden Firmen in den einzelnen Artikeln. In Kommentaren darf und soll sich zwar die Meinung des Autors widerspiegeln, wegen der angestrebten Seriosität von „GSM & Co“ ist Meinung in den Artikeln aber tunlichst zu vermeiden.

5 Themenbereiche

„GSM & Co“ soll aus drei Themensäulen bestehen: *Technik*, *Wirtschaft* und *Service*. Die Coverstory ist mit einer dieser drei Säulen verbunden und widmet sich einem im Erscheinungsmonat aktuellen Thema.

5.1 Coverstory

Die Coverstory² beleuchtet immer ein im Erscheinungsmonat aktuelles Thema sehr ausführlich. Entsprechend der Blattlinie soll das Thema dabei von möglichst vielen Seiten umfassend beleuchtet werden.

Als Beispiel für eine Coverstory sei die Versteigerung der UMTS-Lizenzen angeführt. Der gesamte Bericht ist dabei in Abschnitte gruppiert, die die folgenden Themen behandeln:

- **Versteigerung:** Teilnehmer, Ergebnis, Abwicklung, Vergabemodelle und Ergebnisse in anderen Ländern.
- **Technik:** Wie funktioniert UMTS? Darstellung und Erklärung der Übertragungsprinzipien und Übertragungsprotokolle CDMA, W-CDMA und TD-CDMA, Frequenzbereiche, Datenraten, ...
- **Konsequenzen:** Auswirkungen auf die bestehenden GSM-Anbieter (vor allem hinsichtlich der enormen investierten Summen), auf die Hardwarehersteller (Stichwort Lieferengpässe) und auf die Kunden.
- **Zukünftige Dienste:** Ausblick auf die mittels UMTS möglichen Dienste, Abschätzung der Kundenzahlen und – mit einem kleinen Blick in die Glaskugel – Abschätzung der Endkundenpreise.

²Ein Vorschlag für ein Cover findet sich auf Seite 6.

5.2 Technik

Die Säule „Technik“ liefert fundierte Kenntnisse über aktuelle, technische Neuentwicklungen auf dem GSM-Markt. Dies wäre zum Beispiel ein ausführlicher Bericht über GPRS, das von allen vier deutschen Netzbetreibern derzeit vorbereitet bzw. erprobt wird. Standbein des Artikels ist eine genaue Erklärung des Standards, einhergehend mit einem kurzen Ausflug in die Zukunft, speziell die Gebühren betreffend.

5.3 Wirtschaft

Der Bereich „Wirtschaft“ soll die wirtschaftliche Gebahrung der Betreiber, deren Kundenzahlen, deren Personalpolitik und ähnliches zum Thema haben.

Für die Zeit vor Weihnachten bietet sich natürlich ein ausführlicher Bericht über die zu erwartenden Weihnachtsumsätze, die aktuellen Geräte und die zu erwartenden Neukunden an.

5.4 Service

Neben den ständigen Servicerubriken (siehe Kapitel 5.5) soll dieser Bereich Kunden über das aktuelle Geschehen am Markt informieren. Hier finden also Artikel Platz, deren Themen neue Angebote, neue Gebührenmodelle, Treueprogramme und ähnliches beinhalten.

Für die aktuelle Dezemberausgabe wäre beispielsweise ein Artikel über das neue Angebot von E-Plus, bei dem man als Angerufener drei Pfennig je Minute gutgeschrieben bekommt, angebracht.

5.5 Zusätzliche Rubriken

Zwei Rubriken sollen den Service-Charakter von „GSM & Co“ unterstreichen: Im Blattinneren sollen zum Herausnehmen ein ausführlicher Tarifüberblick und eine ausführliche Darstellung aller Roamingländer einschließlich der Kosten appliziert werden.

Als weiteres wichtiges Thema sollte als Art „roter Faden“ die Darstellung von Nischentarifen immer wieder Platz finden. Gerade diese sind in der herkömmlichen Werbung unterrepräsentiert und im Web meist schwer zu finden.

6 Kolumnen

„GSM & Co“ soll auch zwei Kolumnen erhalten. Eine wird selbst von der Redaktion erstellt, die zweite von einer redaktionsfremden Person.

- Die selbst erstellte Kolumne hat „**Das Agieren der Marktteilnehmer**“ zum Thema. Dabei soll der Werbeauftritt, die Reaktion auf Angebote der Konkurrenz und ähnliches kommentiert werden.
- Die fremderstellte Kolumne stammt von einem führenden **Mitarbeiter eines Telekommunikationskonzerns**. Das Thema ist dabei innerhalb der Vorgabe „Telekommunikation“ völlig frei wählbar (solange nicht allzu heftig der eigene Konzern beworben wird).

7 Anzeigenkunden

Als Anzeigenkunden sind natürlich jene Firmen zu nennen, die auf dem mobilen Telekommunikationsmarkt agieren. Weiters kommen noch Firmen aus „verwandten“ Bereichen, wie etwa Festnetztelefonie, Internet, . . . , in Frage.

- **Mobilfunkfirmen:** T-Mobil, Mannesmann, E-Plus, Viag
- **Handsethersteller:** Nokia, Siemens, Ericsson, Alcatel, Sony, Philips, Sagem, Panasonic, Motorola, Bosch, . . .
- **Hardwarehersteller:**³ Lucent, Cisco, Nortel, Nokia, Siemens, Ericsson, Alcatel, Motorola, . . .
- . . . und Firmen aus den Bereichen Zubehörausstattung, Festnetztelefonie und Internet.

8 Cover

Das Cover wurde bewusst einfach und übersichtlich gehalten. Der Titel, die Coverstory und die Hauptthemen der drei Säulen (siehe Kapitel 5, Seite 3) sollen auf den ersten Blick ersichtlich sein. Aus diesem Grund ist auch das Coverfoto – eine Designstudie zu einem UMTS-Telefon⁴ – eher dezent gewählt und nicht dominierend.

Zur Auflockerung wurden verschiedene Schriftgrößen und -farben verwendet; die Schriftfamilie blieb jedoch immer gleich. Ein blassgrüner Rahmen, in dem auch die ständigen Rubriken „Tarifüberblick“ und „Roamingpartner“ (siehe Kapitel 5.5, Seite 4) untergebracht sind, rundet das Cover ab.

Die farbliche Ausgestaltung entnehme man bitte

http://www.SmTP.at/uni_dokumente/Haas_3.2_5.pdf.

³Unter „Hardware“ wird hier das Equipment seitens des Mobilfunkbetreibers verstanden.

⁴Quelle: http://www.siemens.at/home/presse/4times/2000_03/umts.htm

GSM & Co

Die Zeitschrift für den interessierten Mobilfunkkunden

Ausgabe 12/00

ATS 50

UMTS

Was es bringt
Was es kostet
Wann es kommt

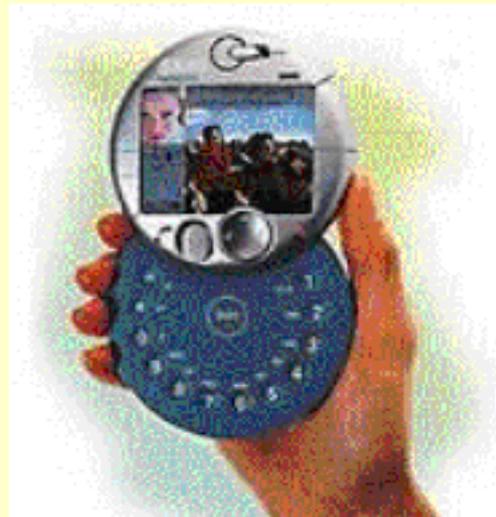


Foto: Siemens

GPRS: Flotte Daten mit GSM
Weihnachten am Mobilfunkmarkt
E-Plus: Bei Anruf Geld

Weiters:

**Vollständiger Tarifüberblick
Alle Roamingpartner**