Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.
Herausgeber der Deutschen Tageszeitungen

BDZV

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 16. Februar 2010

Zeitungen nutzen digitale Möglichkeiten wie nie zuvor

BDZV-Analyse: Webangebote immer vielfältiger, attraktiver und individueller

Die digitalen Angebote der deutschen Zeitungen sind in den vergangenen zwei Jahren vielfältiger, individueller und attraktiver geworden. Dies ist Ergebnis einer Analyse des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Danach bieten die Zeitungen derzeit 658 Websites an. Der Einsatz von Videos auf den Websites ist seit 2008 um fast 100 auf nunmehr 498 deutlich gestiegen. Auffällig hier: Die Mehrheit der Verlage setzt auf selbstproduzierte Videos (59 Prozent), hinzu kommen Videoangebote aus dem Netzwerk der Onlinemarketing Service GmbH (OMS), die sich bei 44 Prozent der Verlage finden.

Dank günstiger Tarife, schneller Verbindungen und Flatrates sowie immer benutzerfreundlicherer Endgeräte werden auch mobile Angebote für die Verlage immer interessanter. 26 Prozent der Zeitungen bieten mobile Portale an. Bei 17 Prozent der Zeitungswebsites gibt es SMS-Dienste. Spezielle Applikationen für Smartphones („Apps“) offerieren derzeit noch wenige Verlage; hier sei in den nächsten Monaten mit Wachstum zu rechnen, erläutert der BDZV.

Angesichts der rasant gestiegenen Bedeutung der sozialen Netzwerke erweitern immer mehr Verlage ihre Marken in die Social Communitys: 64 Prozent der untersuchten Zeitungswebsites verfügen über Social-Media Applikationen. Bei knapp 53 Prozent finden sich RSS-Feeds. 40 Prozent der Verlage pflegen einen Twitter-Account. Laut Übersicht setzen die Verlage bei den sozialen Netzwerken vor allem auf Facebook: Hier sind 17 Prozent mit einer eigenen Seite/einem eigenen Profil oder zumindest einer Gruppe vertreten. Einige Angebote weisen dabei mehr als 20.000 „Fans“ auf. Umfangreiche Aktivitäten werden auch in den Netzwerken der zur

Verlagsgruppe Georg von Holtzbrink zählenden VZ-Gruppe (StudiVZ, SchülerVZ, MeinVZ) unterhalten; hier sind 12 Prozent der Verlage aktiv.

Regelmäßige Zuwächse können die Zeitungen darüber hinaus bei ihrer elektronischen Auflage verzeichnen. Im vierten Quartal 2009 zählte die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) 85.000 verkaufte E-Paper pro Erscheinungstag. Gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal bedeutet dies ein Plus um 14 Prozent. Nutzer können zwischen 455 E-Paper-Angeboten wählen; im Jahr 2008 waren 208 faksimilierte digitale Ausgaben online abrufbar. Mit der Weiterentwicklung elektronischer Lesegeräte (E-Reader) könnte sich dieser Markt in Zukunft deutlich vergrößern, heißt es dazu vom BDZV.

Die sich ständig vergrößernde Zahl digitaler Angebote führt auch zu einer kontinuierlichen Steigerung der Zeitungsreichweiten im Internet. Obendrein bedeuten die kostenpflichtigen Angebote darunter einen Einstieg in bezahlte Inhalte online. Der BDZV führt derzeit eine branchenweite Untersuchung zum Thema Paid Content bei den Verlagen durch. Die Ergebnisse werden bei einer Fachtagung am 29. April 2010 vorgestellt.