

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 4. Mai 2018

Bleibt kurz – Verwendet Visuals – Seid glaubwürdig!

Media Meets the Young – BDZV-Konferenz junge Zielgruppen in Berlin

Vom Lesen zum Anschauen – die Nutzung des Internets hat sich grundlegend gewandelt. Darin sind sich die deutschen und internationalen Experten einig, die heute bei der von Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und ZV Akademie veranstalteten Konferenz „Media Meets the Young“ in Berlin über die spannendsten aktuellen Angebote aus Zeitungsunternehmen für die junge Zielgruppe berichten.

Social Media spielt eine entscheidende Rolle. So setzt die norwegische Zeitung „Verdens Gang“ (VG, Oslo) gezielt Snapchat ein, um News-Content an junge Leute zu bringen; der britische „Guardian“ (London) nutzt insbesondere Instagram. Dabei betonen VG-Videoreporter **Jonathan Falk Systad** und „Guardian“-Social-Media-Redakteurin **Eleni Stefanou** gleichermaßen, wie wichtig die attraktive visuelle Umsetzung der Inhalte zum Erreichen des jungen Publikums ist. Der Erfolg ist messbar: VG hat 200.000 Follower seiner Video- und Snapchat-Stories, beim „Guardian“ sind 800.000 Follower monatlich allein auf dem Instagram-Angebot aktiv.

Ein paar Tipps für die richtige Ansprache des jungen Publikums von Jonathan Falk Systad: Bloß keine Emojis verwenden. Bleibt kurz beim Texten. Verwendet reichlich Visuals. Und: Benehmt euch nicht wie coole Kids, wenn ihr erwachsene Journalisten seid. Bleibt glaubwürdig!

Glaubwürdigkeit als Marke bekräftigt auch **Dörthe Schulenberg**, Koordinatorin Digitaler Vertrieb beim „Hamburger Abendblatt“. Der Verlag machte erste Erfahrungen mit Influencer-Marketing auf Instagram. Ziel war die weitere Verbreitung der „Abendblatt“-App im Vorfeld der Bundestagswahlen. Das Ergebnis der Aktion mit sechs agenturgestützt

sorgfältig ausgewählten Hamburger Influencern: ausschließlich positive Markenkontakte bei einer Reichweite von gut 1,2 Millionen Menschen, 50 Prozent mehr Downloads bei der App.

Heute außerdem noch auf dem Podium: **Markus Reich**, Kreativagentur 1punkt7 (Neubrandenburg) mit einem personalisierbaren Kinderbuch als Zusatzgeschäft für Verlage; **Hannah Dierkes**, Medienhaus Lensing (Dortmund), mit dem Fußballmagazin „Borussini“ für junge BVB-Fans; **Emily Hartinger**, „Nordwest-Zeitung“ (Oldenburg), mit dem NWZ-YouTube-Channel SACH AN!; **Markus Hofmann**, „Badische Zeitung“ (Freiburg), mit dem fudders Club – Paid Content für junge Leser; sowie **Andreas Dörnfelder**, Orange by „Handelsblatt“ (Düsseldorf), mit Business ohne bla bla – Wirtschaft und Politik für junge Zielgruppen.

Kontakt: Anja Pasquay, Telefon 030/726298-214, E-Mail pasquay@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) oder Instagram [die_zeitungen](https://www.instagram.com/die_zeitungen).