
Overnewsed but underinformed.

Welche Channels wir für welche Themen nutzen.

Die drei Werkstätten

- Werkstatt I: Wie ein Onlineauftritt nach Meinung der Leser aussehen sollte
- Werkstatt II: Wie sich Redaktionen auf die Wünsche der Leser/User einlassen können
- Werkstatt III: Best Practice - Wie sich verschiedene Medien eines Verlages erfolgreich verzahnen lassen

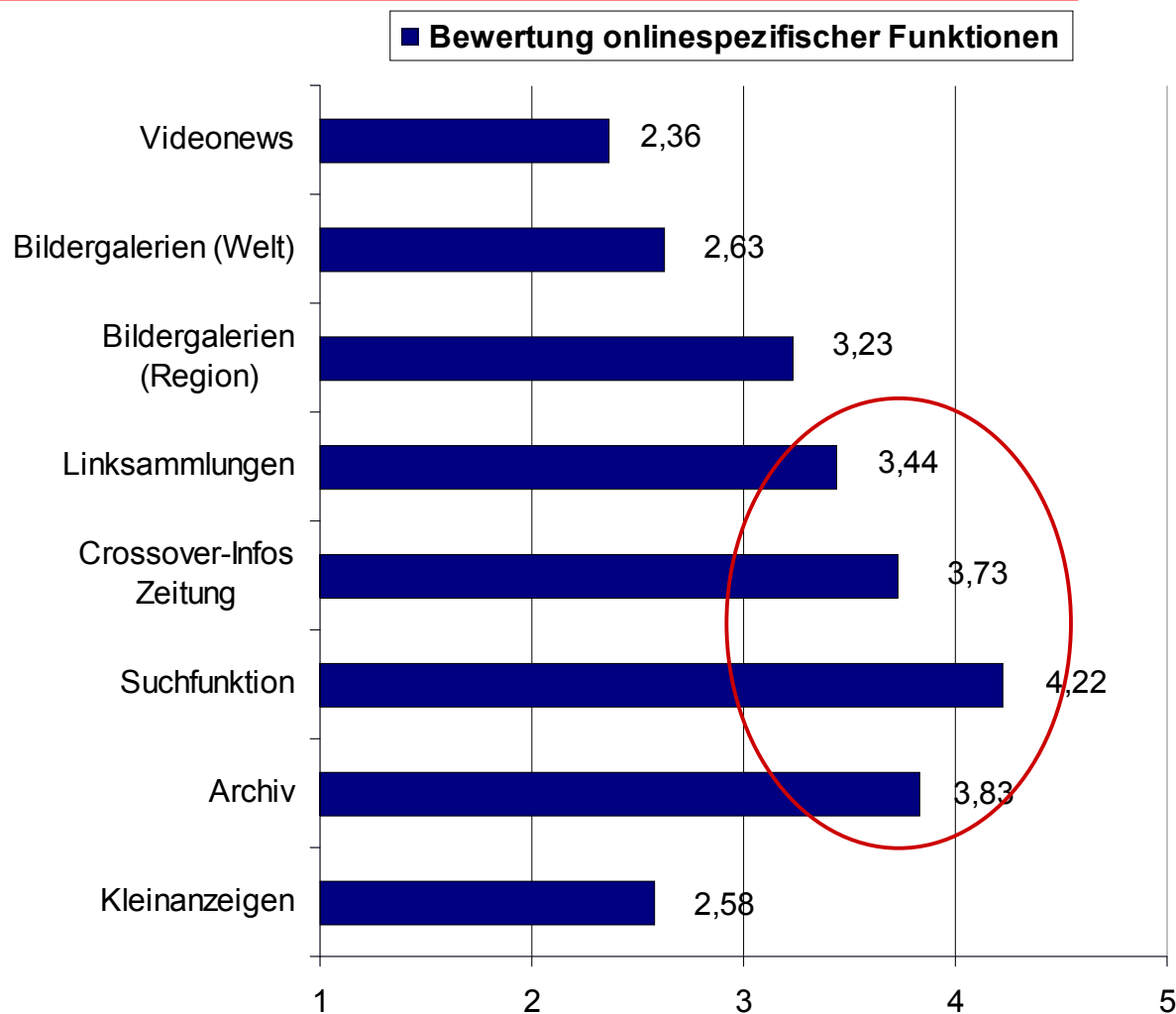
Gliederung Werkstatt I

- Die befragten Leser
- Was wünschen Zeitungsleser online?
- Crossmedia-Vergleich
- Den Crossover clever nutzen

Die befragten Leser

- Kernzielgruppe der regelmäßigen Leser (Abonnenten)
- Potenzielle Onlinenutzer (Internetzugang vorhanden)
- Alter zwischen 30 und 50 Jahren
- n_1 (Zeitung) = 1.188
 n_2 (davon auch Onliner) = 459

Was wünschen die Zeitungsläser online?

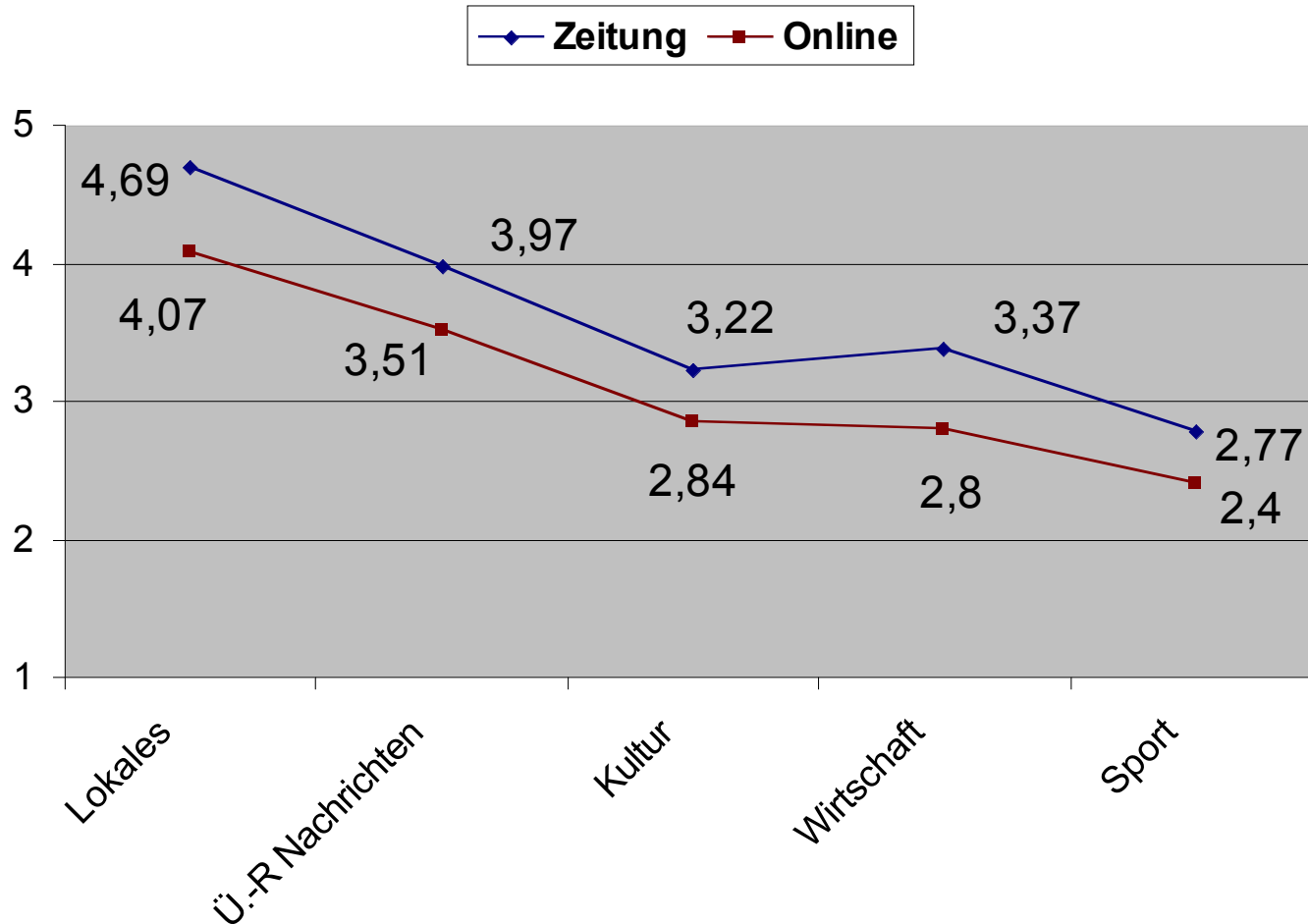


„Welche Angebote sind oder wären Ihnen in der Online-Ausgabe Ihrer Zeitung wichtig?“ $n_2 = 459$

Was wünschen die Zeitungsleser online?

- Die Leser denken „von der Zeitung aus“
- Die Leser wünschen sich „zusätzliche Funktionen zur Zeitung (Komplementarität)“
- Es gibt Themenkonstanten online wie offline (z.B. Lokales)

Crossmedia-Vergleich Themengruppen



„Wie häufig lesen Sie die folgenden Seiten oder Themengebiete?“ n_1 (Zeitung) = 1.188, n_2 (Online) = 459

Crossmedia-Vergleich Themengruppen

- Im Online-Offline-Vergleich fast keine Unterschiede bei Präferenzen für Themengruppen
- Die Leser bleiben bei ihren Interessen (wer z.B. in der Zeitung Lokales wünscht, wünscht auch online Lokales)
- Aber: Das Durchschnittsinteresse für Themengruppen verrät nichts über Nutzergruppen und wie einzelne Themen genutzt werden

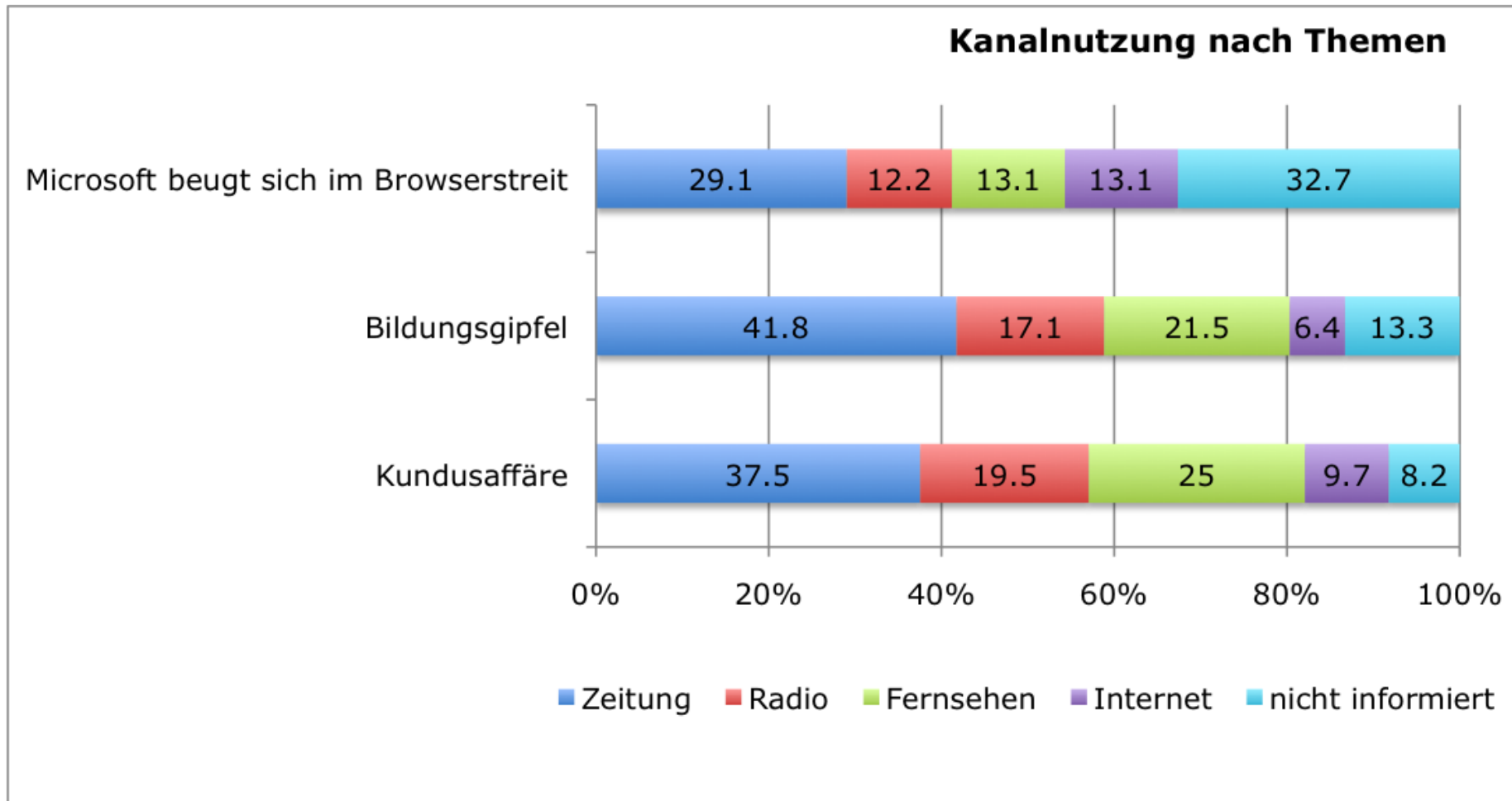
Crossmedia – erste Befunde

Microsoft beugt sich im Browserstreit: Windows muss die Nutzung alternativer Browser ermöglichen

Bildungsgipfel: Bund beschließt weitere Ausgaben für Bildung und Forschung

Kundusaffäre: Entlassener General Schneiderhan wirft Guttenberg vor, die Unwahrheit zu sagen

Crossmedia – erste Befunde

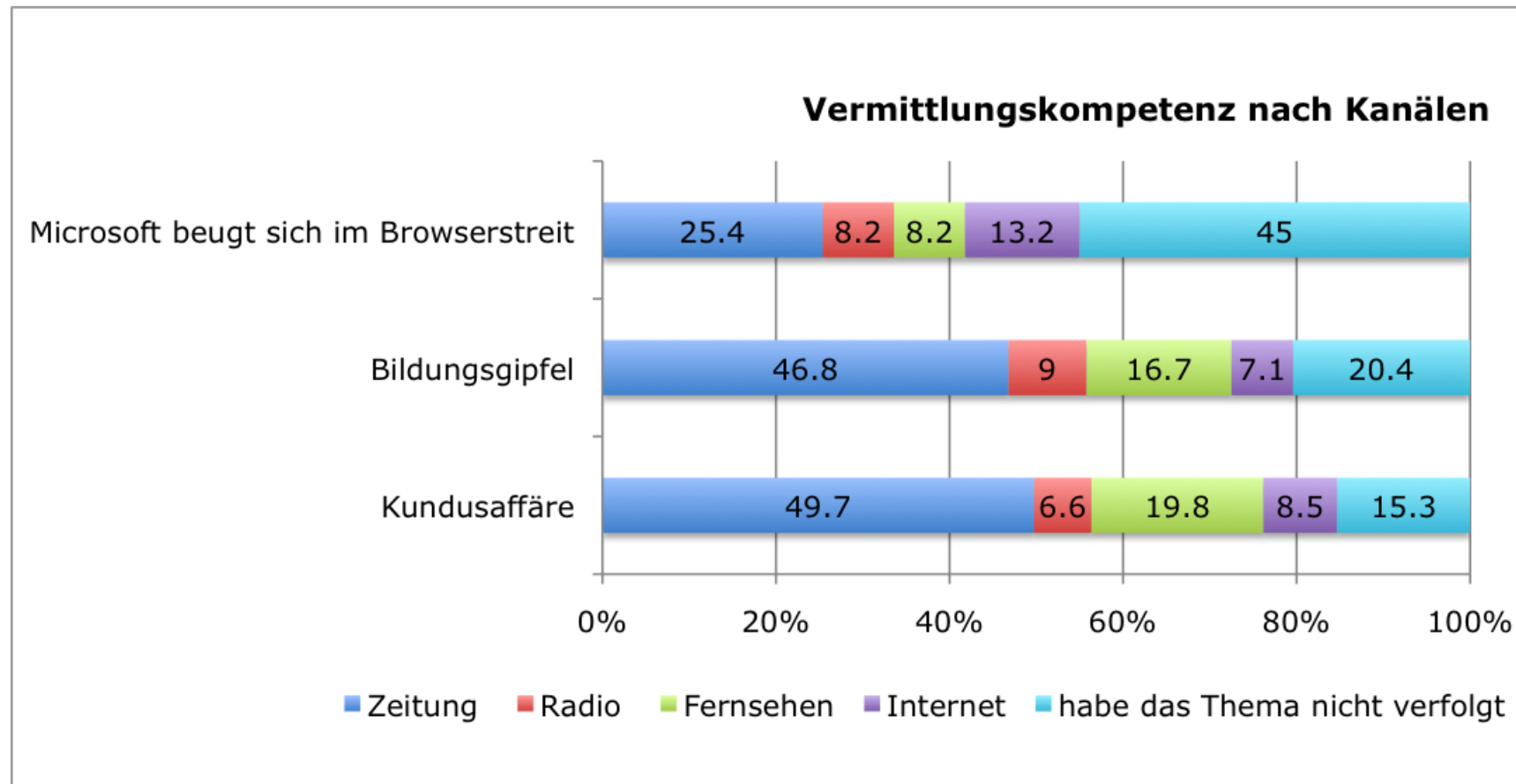


„Haben Sie sich über diese Vorgänge in den letzten drei Tagen informiert, und wenn ja, wo vor allem?“ in Prozent, n=380, Mehrfachnennung möglich

Crossmedia – erste Befunde

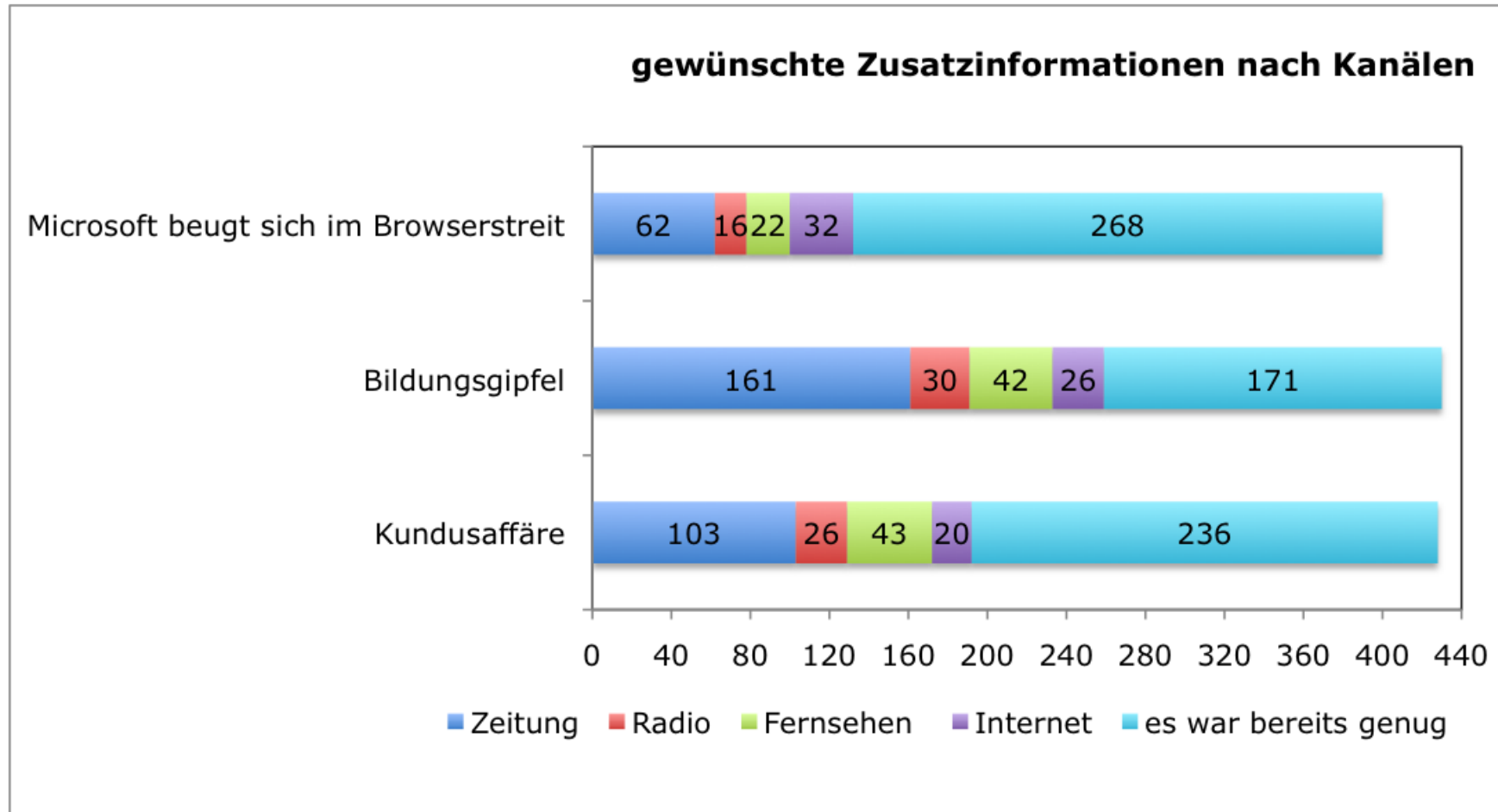
- Die Zeitung ist Primärmedium
- Stark interessierende Themen werden über die Medien hinweg stark genutzt, schwach interessierende Themen schwach
- Themenunterschiede bei einzelnen Themen und in einzelnen Milieus (Onliner lesen Onliner-Themen)

Crossmedia – erste Befunde



„Welches Medium konnte Ihnen das Thema am besten vermitteln?“ in Prozent, n=378

Crossmedia – erste Befunde



„Über welches der Medien würden Sie gern noch mehr über das Thema erfahren?“ Mehrfachnennung bei jedem Thema möglich n=378

Crossmedia – erste Befunde

- Online- und offline nur geringe Unterschiede bei der Bewertung von Themengruppen
- Große Unterschiede bei einzelnen Themen und in einzelnen Milieus (Online: kontroverse Themen)
- Gelegentliche online verzeichnen die Nutzung von online mit Print (Weiterführende Informationen, Links)