

Spaßbringer für Leser – Herausforderung für Verlage

2. Konsumentenbefragung des VDZ zur Nutzung digitaler Zeitschriften auf dem iPad

Anderthalb Jahre nach dem Start der ersten digitalen Zeitschriften für das iPad sind diese für viele Leser bereits Teil ihres Alltags. Dies ist eine der Kernaussagen der 2. Konsumentenbefragung zur Nutzung digitaler Medien auf dem iPad, die der VDZ mit Gravis, den Marktforschern von questfox und Kirchner + Robrecht durchgeführt hat. Aber die Ergebnisse der Studie zeigen auch, dass die erste Nutzungseuphorie verfliegt und es weiterhin erheblicher Anstrengungen bedarf, um neue Leser zu gewinnen und bestehende Leser zu binden.

64 Prozent der befragten iPad-Nutzer geben an, digitale Zeitschriften auf ihrem Tablet zu lesen, und die Leser bewerten digitale Zeitschriften außergewöhnlich gut. Herausragender Vorteil für 95 Prozent ist der hohe Spaßfaktor, den das Medium bietet. Digitale Zeitschriften punkten aber auch mit spannenden Inhalten, bildhafter Darstellung und gelungenem Layout. Diese Vorteile lassen sich monetarisieren: Der Anteil der Abonnenten ist auf ein Drittel gestiegen und drei von vier Lesern sind auch weiterhin bereit, für Zeitschriften-Apps Geld zu bezahlen. Zumindest in der Zielgruppe der iPad-Besitzer ist somit die Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte recht verbreitet.

Doch diese durchaus erfreulichen Werte gehen auch mit weniger erfreulichen Erkenntnissen einher: So ist der Anteil der iPad-Besitzer, die Zeitschriften auf dem iPad nutzen, um fast vier Prozentpunkte gesunken. Und auch der Anteil der Leser, die digitale Zeitschriften mehrmals pro Woche nutzen, ist leicht rückläufig.

Parallel zu diesen Abwärtstendenzen ist der Anteil derjenigen, die angeben, seit dem Kauf ihres iPad weniger Printzeitschriften zu lesen, von 48 auf 52 Prozent gestiegen.

Sinkende Printnutzung auf der einen und sinkende Nutzungsintensität der iPad-Versionen auf der anderen Seite stellen die Verlage vor eine doppelte Herausforderung: Die Gewinnung neuer Kunden, aber auch die Steigerung der Nutzungsintensität und der Bindung bestehender Kunden sind gefordert.



Quelle: FAZ

Gute Medienresonanz: FAZ vom 21. August 2012

Erfreulich ist wiederum der Anstieg des Anteils der über 60-jährigen iPad-Besitzer: In nur einem Jahr ist dieser von fünf auf 13 Prozent angewachsen. Und: Überdurchschnittlich viele Ältere lesen auf dem iPad Zeitschriften, ohne ihren Printzeitschriftenkonsum einzuschränken. Eine spannende Zielgruppe, die zukünftig stärker in den Fokus rücken sollte.

Weitere Infos unter www.vdz.de. ■



Dr. Marco Olavarria

Geschäftsführender Gesellschafter
Kirchner + Robrecht management consultants