



Pressemitteilung

Erste Digitalausgabe der Think Publishing: Mehrheit der Verlage profitiert von Corona-Krise

München, 02. Dezember 2020 – Bei der „Think Publishing digital“ informierten sich Medienexperten über neue Chancen der Erlösoptimierung für die Verlagsbranche.

Gastgeber Tobias Lobe, Vorstand der Nachrichtenagentur spot on news AG, zum Auftakt der virtuellen Veranstaltung: „Wir wollen hier nicht jammern, sondern gemeinsam zukunftsweisende Geschäftsmodelle für die Verlagsbranche aufzeigen.“ Bei einer kompakten Panel-Diskussion tauschten sich Experten der Gastgeber Contiango GmbH, Contentpepper GmbH, Glomex GmbH über digitales Publishing, den Aufbau von Video-Inventar, Content-Lizensierung und digitale Workflows aus.

Wesentlicher Bestandteil der Diskussion war eine Meinungsumfrage, die das Branchen-Event „Think Publishing“ im Vorfeld unter Medienprofis durchgeführt hat. Laut der Befragung rechnen nur 22 % der Befragten mit einer Verbesserung innerhalb der nächsten 6 Monate, während 50 % mit einer Erholungsdauer von einem Jahr und länger rechnen. 18 % gehen sogar davon aus, dass sich die wirtschaftliche Lage weiter verschlechtert.

Ein Drittel der Befragten blickt jedoch optimistisch auf die wirtschaftliche Lage der Medienunternehmen. Jeweils ein weiteres Drittel beurteilt die ökonomische Situation aktuell neutral, bzw. pessimistisch. 48 % der Befragten sehen derzeit, dass Arbeitsplätze in Gefahr sind.

Die Mehrheit sieht sich gut gerüstet für die aktuellen Herausforderungen in der Medienbranche. Vor allem im Bereich des Mobilten Arbeitens (74 %), sowie des Digitalen Publishing (76 %) schätzen die Befragten die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen positiv ein. Den größten Aufholbedarf sehen Publisher in den Bereichen Video sowie neue Plattformen.

Ein positiver Trend zeichnet sich bei der Nutzung digitaler Angebote ab. Um etwa 70 % habe sich die Nutzung der Publisher erhöht. Bei den restlichen 30 % blieben die Nutzer-Zahlen stabil. News und Ratgeber sind mit jeweils 32 % die Treiber dieser positiven Entwicklung.

Auch wenn es nur mit Abstrichen möglich war, die gesteigerten Zugriffszahlen zu monetarisieren, so melden immerhin 37 % der Publisher, sie hätten von der Krise profitiert. Bei etwa 33 % gelang dies nicht. Mit 20 % spielten klassische Display-Ads bei dieser positiven Entwicklung jedoch nur eine untergeordnete Rolle. Native Advertising (33 %) und Video-Pre-Rolls (21 %) zeigten sich als besonders lukrativ.

Die Veranstaltung kann unter diesem Link bei Youtube abgerufen werden: [Think Publishing digital - Rückblick](#).

Über spot on news

spot on news ist die führende Nachrichtenagentur für Entertainment und Lifestyle in Deutschland mit Fokus auf Digital Publishing. Das 2012 in München gegründete Unternehmen beschäftigt 45 Mitarbeiter und beliefert renommierte Portale mit einer Gesamtreichweite von über 130 Mio. Unique Usern (AGOF) mit aktuellem Content aus den Bereichen Text, Bild und Video.

Das Basisprodukt von spot on news ist ein Newsfeed mit etwa 1.000 bebilderten Artikeln monatlich in den Ressorts People, Royal, TV, Film, Musik, Lifestyle, Ratgeber, Reise, Digitales. Neben Bildergalerien und unigen Texten liefert spot on news 365 Tage im Jahr aktuelle und zeitlose Videos in den genannten Ressorts. Zu den Kunden zählen u.a. Bunte, n-tv, RTL, Gala, Stern, Brigitte, Focus, Microsoft News, t-online u.v.a.