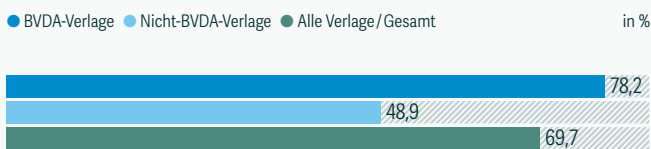


Online-Aktivitäten der Anzeigenblätter in Deutschland

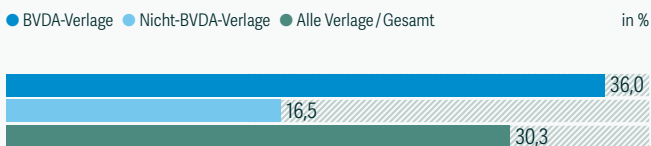
Medienübergreifend engagiert: Im BVDA organisierte Verlage sind in der digitalen Welt sehr aktiv und deutlich präsenter und breiter aufgestellt als der Rest der Anzeigenblattverlage in Deutschland. Viele bieten zudem eine Online-Darstellung von Prospekten an.

Anzeigenblätter, die eine redaktionelle Website haben



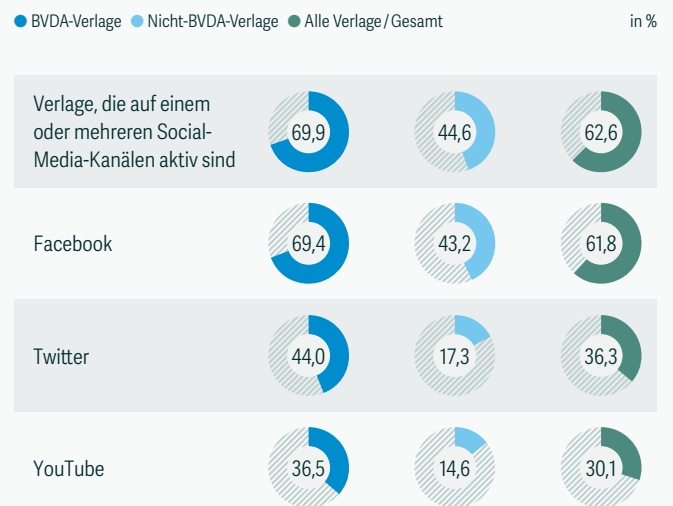
→ **Crossmedialer Qualitätsjournalismus:** 78,2 Prozent der BVDA-Verlage verfügen über eine redaktionelle Website. Außerhalb des Verbandes sind es weniger als 49 Prozent.

Anzeigenblätter mit Online-Darstellung von Prospekten



→ **Online Angebote checken:** 36 Prozent der BVDA-Verlage haben eine Online-Darstellung von Prospekten und bieten Werbekunden damit eine zusätzliche Werbeplattform.

Präsenz auf Social-Media-Kanälen



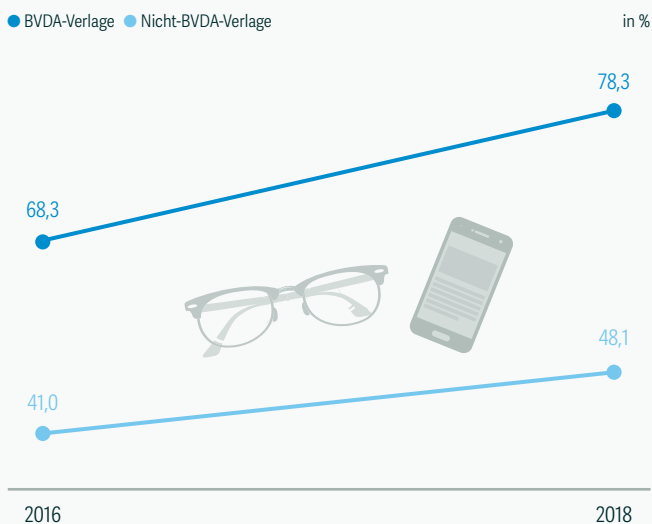
→ **Gut aufgestellt:** Rund 70 Prozent der BVDA-Verlage sind auf einem oder mehreren Social-Media-Kanälen aktiv. Für Nicht-BVDA-Mitglieder trifft dies nur auf 44,6 Prozent der Wochenblattverlage zu.



Mehr als **78 %** der im BVDA organisierten Verlage verfügen über eine redaktionelle Website. Bei den Nicht-Mitgliedern sind es weniger als 49 Prozent.

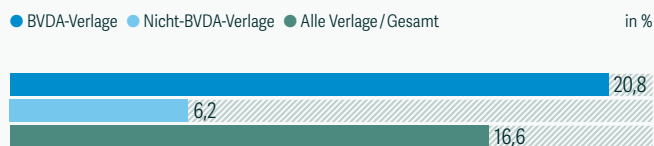
Eine große Mehrheit der BVDA-Verlage verfügt über eine mobil optimierte Website, rund 21 Prozent bieten ihre Inhalte über eine App an. Auch das E-Paper hat sich als festes Medium etabliert.

Anzeigenblätter mit einer mobil optimierten Website



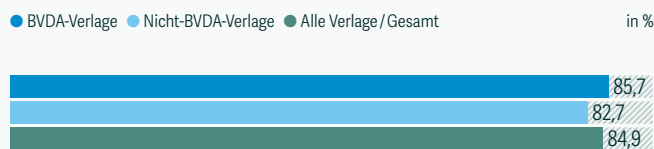
→ **Mobile first:** Mehr als 78 Prozent der BVDA-Verlage verfügen über eine mobil optimierte Website – das sind 15 Prozent mehr als 2016. Bei den Nicht-BVDA-Mitgliedern fällt der Anstieg geringer aus. 2018 verfügen 48,1 Prozent von Ihnen über eine mobil optimierte Website.

Anzeigenblätter, die ihre Inhalte über eine App anbieten



→ **Usability im Fokus:** Bereits 20,8 Prozent der BVDA-Verlage bieten ihre Inhalte auch über eine App an. Bei den Nicht-BVDA-Verlagen sind es nur 6,2 Prozent.

Anzeigenblätter, die ein E-Paper anbieten



→ **So gut wie gedruckt:** Knapp 85 Prozent aller deutschen Anzeigenblattverlage bieten ihren Lesern die Möglichkeit, die Inhalte des Wochenblatts in der digitalen Form des E-Papers nachzulesen.



INFORMATIONEN ZUR UNTERSUCHUNG

Methode: Desk-Research.

Untersuchungsgebiet: Online-Auftritte von 1.274 Anzeigenblatttiteln, davon 71 Prozent = 904 Titel Mitglieder des BVDA und 29 Prozent Titel Nicht-Mitglieder.

Datenerhebung und Durchführung vom 25.07. bis 15.08.2018 durch IMMEDIATE GmbH, Bremen. Untersucht wurden Variablen wie redaktionelles Angebot im Internet, Art des Internetauftritts, mobil optimierte Website, Social-Media-Kanäle, Darstellung von Prospekten/ Beilagen, E-Paper und Apps.

WEITERE INFORMATIONEN

Sie haben Fragen zur Gattung Anzeigenblatt oder interessieren sich für eine Belegung oder Buchung? Sprechen Sie uns gerne an.

Telefon: 030 72 62 98 - 2818

E-Mail: info@bvda.de