

Studie

„Online-Video in deutschen Fachmedien“ 2/2010

© infotainweb AG 2010

Inhaltsverzeichnis

- Studiensteckbrief
- Liste der untersuchten Fachmedien
- Video-Präsenz auf den Fachmedien
- Detail-Analyse: Anzahl Videos
- Detail-Analyse: Videoplatzierung
- Detail-Analyse: Audiovisuelle Stilmittel
- Detail-Analyse: Angebotene Werbevideos
- Detail-Analyse: Angebotene redaktionelle Video-Inhalte

Studiensteckbrief

„Online-Video in deutschen Fachmedien 2/2010“

Die Erhebung wurde von der Münchner infotainweb AG Anfang Mai 2010 online durchgeführt.

Bereits für die erste Studie im Mai 2009 waren anhand eines Kriterienkatalogs insgesamt 30 Webseiten führender Online-Fachmedien analysiert worden (erhältlich unter <http://www.infotainweb.com>) . 2010 wurden insgesamt 33 Online-Fachmedien untersucht. Sie erreichten laut IVW-Messung (Informationsgemeinschaft zur Feststellung und Verbreitung von Werbeträgern e.V.) im April 2010 knapp 11 Millionen Visits.

Analysiert wurden Seiten aus den Branchen Automobil, Bildung, Food, Industrie, IT, Recht, Marketing/Kommunikation, Medizin, Bau/Immobilien/Architektur, Textil, Tourismus/Gastronomie und 2010 neu auch Landwirtschaft.

Liste mit den untersuchten Fachmedien

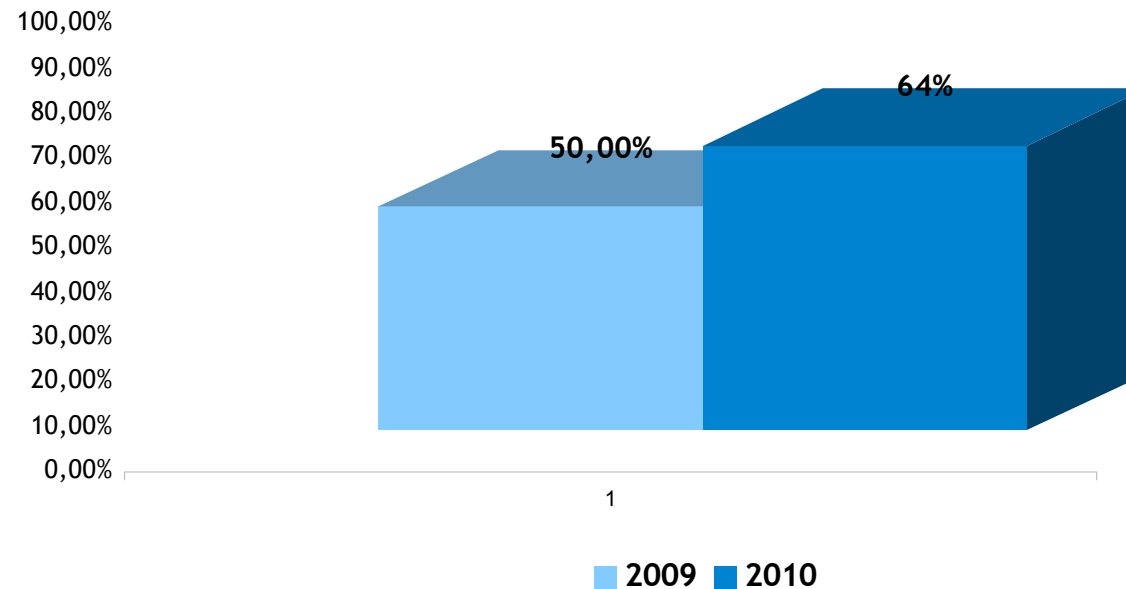
30 untersuchte Fachmedien 2009

- www.autohaus.de
- www.automobil-industrie.vogel.de
- www.automobil-produktion.de
- <http://forum.bauforum24.biz>
- www.detail.de
- www.immoauktionen.de
- www.business-wissen.de
- <http://checkpoint-elearning.de/>
- www.elearning-journal.de
- www.lebensmittelpraxis.de
- www.lz-net.de
- www.maschinenmarkt.vogel.de
- www.produktion.de
- www.vdi-nachrichten.com
- www.cio.de
- www.computerwoche.de
- www.it-business.de
- www.horizont.net
- www.kress.de
- www.wuv.de
- www.aend.de
- www.deutscher-apotheker-verlag.de/DAZ/
- www.aerzteblatt.de
- www.anwalt24.de
- www.janolaw.de
- <http://rsw.beck.de/>
- www.tm-fashion-portal.de
- www.textilwirtschaft.de
- www.ahgz.de
- www.fvw.de

33 untersuchte Fachmedien 2010

- www.autohaus.de
- www.automobil-industrie.vogel.de
- www.automobil-produktion.de
- <http://forum.bauforum24.biz>
- www.detail.de
- www.immoauktionen.de
- www.business-wissen.de
- <http://checkpoint-elearning.de/>
- www.elearning-journal.de
- www.lebensmittelpraxis.de
- www.lz-net.de
- www.maschinenmarkt.vogel.de
- www.produktion.de
- www.vdi-nachrichten.com
- www.cio.de
- www.computerwoche.de
- www.it-business.de
- www.horizont.net
- www.meedia.de
- www.wuv.de
- www.aend.de
- www.deutscher-apotheker-verlag.de/DAZ/
- www.aerzteblatt.de
- www.anwalt24.de
- www.janolaw.de
- <http://rsw.beck.de/>
- www.tm-fashion-portal.de
- www.textilwirtschaft.de
- www.ahgz.de
- www.fvw.de
- www.topagrar.com
- www.agrarheute.com
- www.agrarzeitung.de

Auf dem Fachmedium werden Videos angeboten



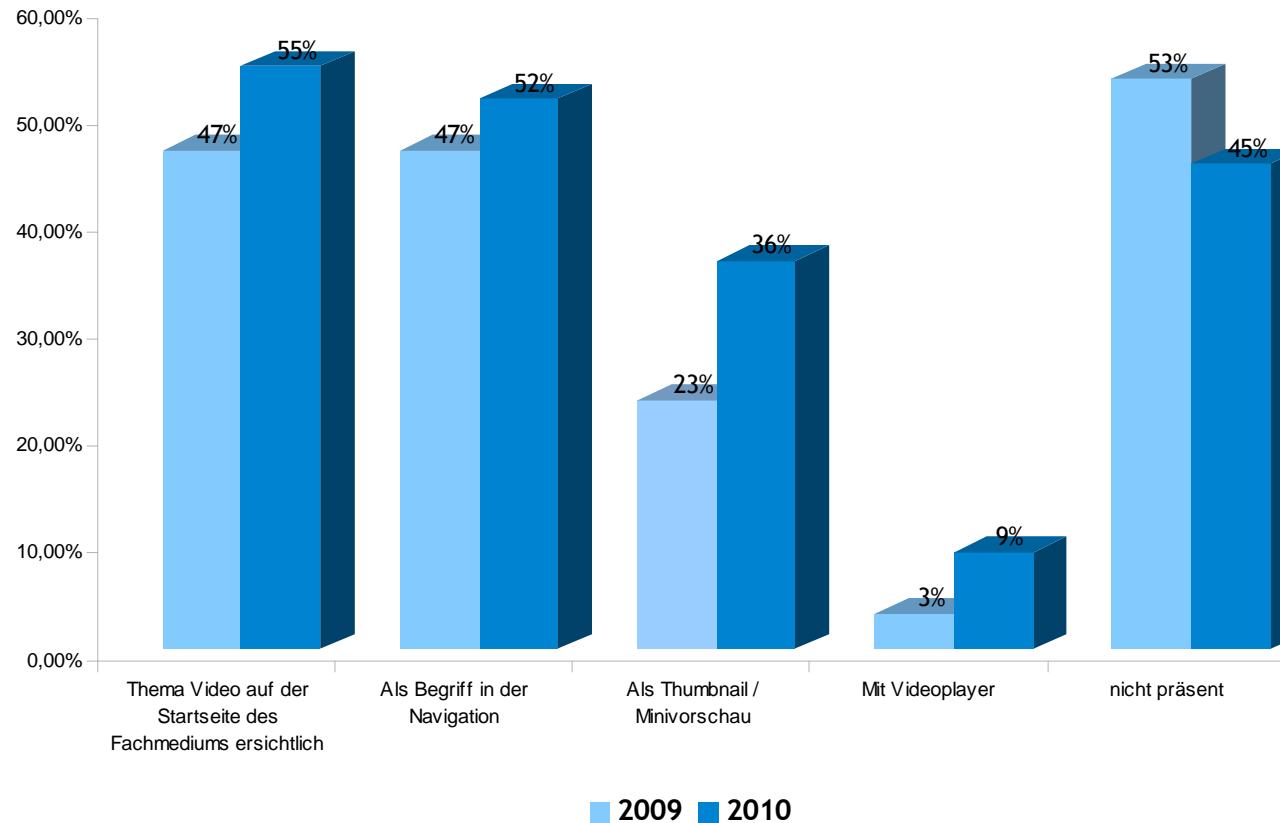
Analyse:

- 2009 hat erst die Hälfte der untersuchten 30 Fachmedien auf Bewegtbild gesetzt
- 2010 bieten fast zwei Drittel der führenden 33 untersuchten Fachmedien Online-Videos an

Fazit:

- Online-Videos gewinnen auch bei den Fachverlagen an Bedeutung

Auf der Startseite des Fachmediums ist das Thema Video ersichtlich



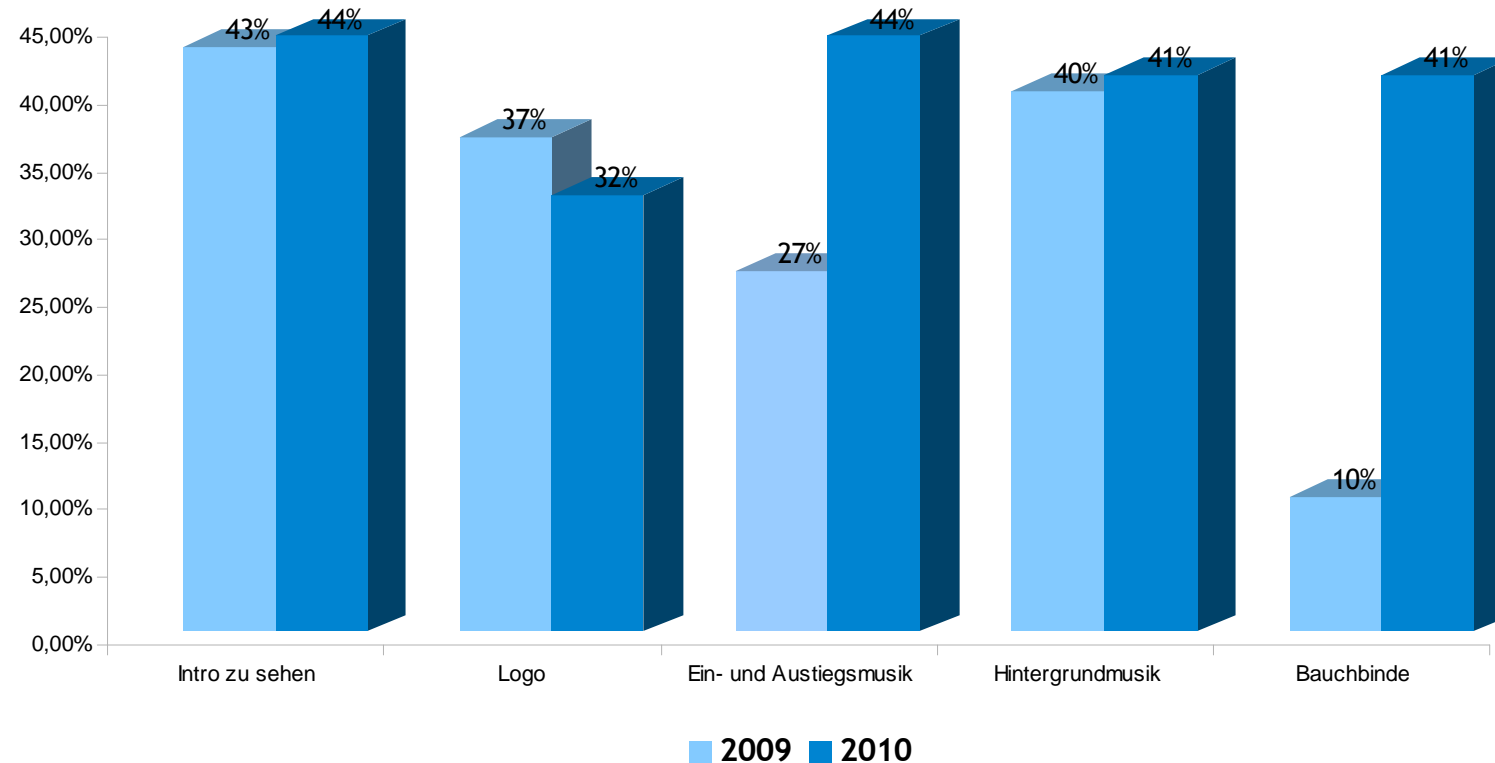
Analyse:

- Diese Auswertung bezieht sich 2009 auf 30 und 2010 auf 33 untersuchte Fachmedien
- Immer mehr Fachmedien zeigen Online-Videos
- Die Anzahl der Videos hat gegenüber 2009 zugenommen

Fazit:

- Die Fachmedien setzen kontinuierlich auf den Ausbau ihrer Online-Videoangebote

Audio-visuelle Elemente in den Videos



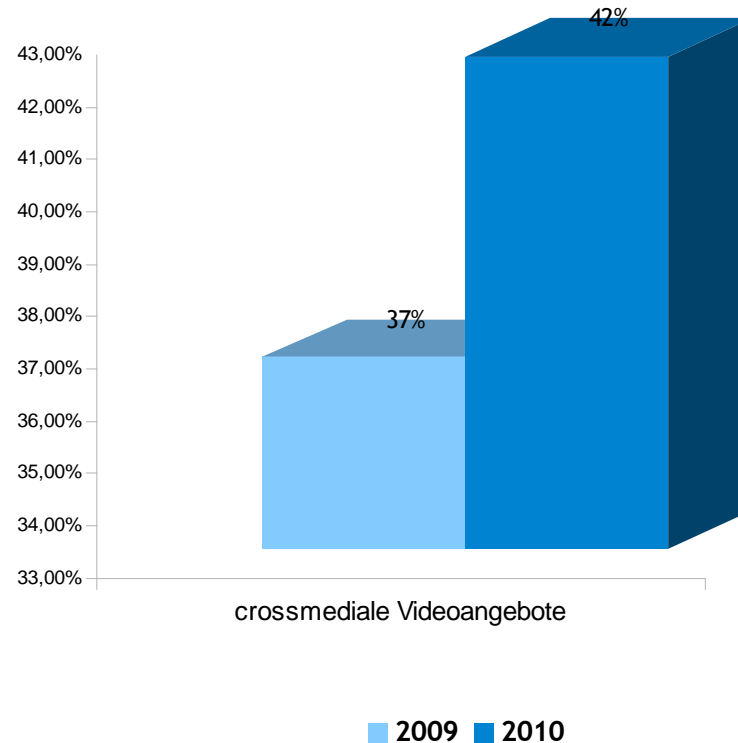
Analyse:

- Diese Auswertung bezieht sich 2009 auf 30 und 2010 auf 33 untersuchte Fachmedien
- Gegenüber 2009 gibt es beim Einpflegen von Intros keine relevante Veränderung
- Musik wird häufiger eingesetzt
- Bei Bauchbinden (für Namensnennung) ist eine starke Zunahme ersichtlich

Fazit:

- Gerade beim ON-AIR-Design sparen Fachverlage noch, hier gab es gegenüber 2009 kaum eine erkennbare Professionalisierung
- Allgemein ist zu erkennen, dass Fachverlage gerade bei audio-visuellen Elementen Nachholbedarf haben

Angebotene Video-Werbeformen



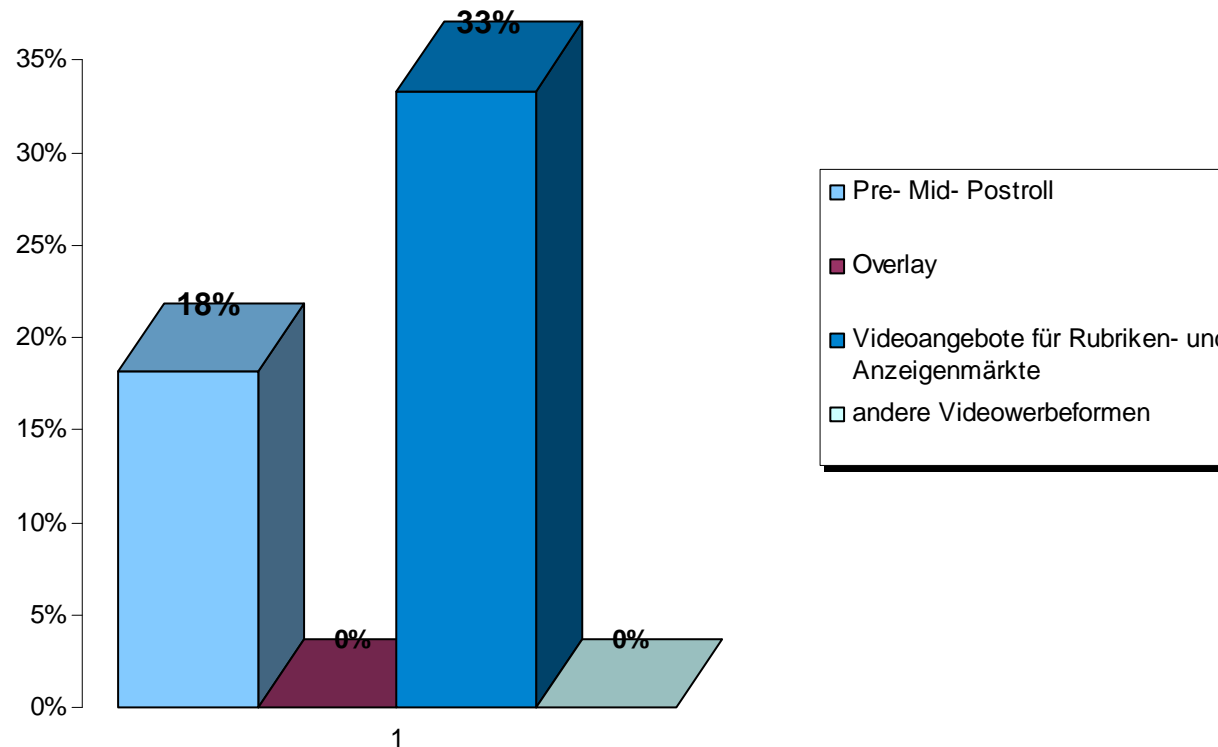
Analyse:

- Diese Auswertung bezieht sich 2009 auf 30 und 2010 auf 33 untersuchte Fachmedien
- 42% der untersuchten Fachmedien bieten in ihren Mediaunterlagen Video-Werbemöglichkeiten an
- Gegenüber 2009 (37%) haben die Video-Werbeangebote zugenommen

Fazit:

- Nach wie vor wird mit Werbeformen stark experimentiert.
- Nicht alle Fachmedien, die Videos zeigen, bieten auch Video-Werbeformen an

Detail-Auswertung Video-Werbeformen



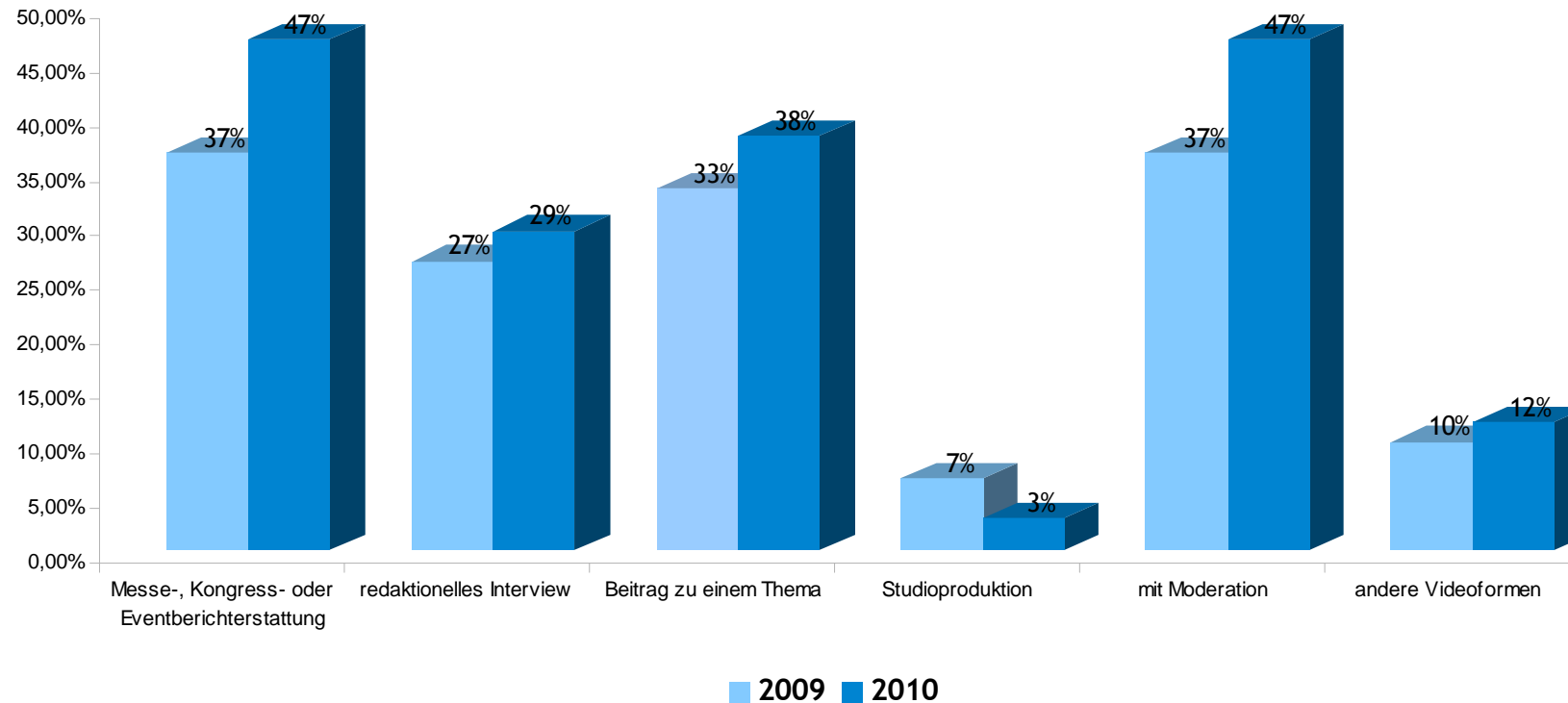
Analyse:

- Die Auswertung in dieser Form wurde dieses Jahr das erste mal durchgeführt, daher gibt es zu 2009 keinen direkten Vergleich
- Angebote wie Imagefilm, Businessclip oder WebCast wurden unter Rubriken- und Anzeigenmärkte zusammengefasst
- Overlay-Angebote sowie weitere Videowerbeformen waren nicht in den Mediaunterlagen ersichtlich
- Ein Drittel der 33 untersuchten Fachmedien haben Videoangebote für Rubriken- und Anzeigenmärkte in ihren Mediaunterlagen publiziert
- Nur knapp jeder fünfte Fachverlag (18%) bietet optional auch Video-Ads an

Fazit:

- Video-Ads sind beim Fachmedien aufgrund der fehlenden Reichweite nicht die Haupteinnahmequelle
- Video-Werbeangebote für Anzeigen- und Rubrikenmärkte sind bei Fachmedien im Trend und gewinnen stark an Bedeutung

Angebotene Video-Inhalte



Analyse:

- Diese Auswertung bezieht sich 2009 auf 30 und 2010 auf 33 untersuchte Fachmedien
- Vor allem die Messe- und Eventberichterstattung gewinnt bei Fachmedien an Bedeutung
- Studioproduktionen werden kaum mehr umgesetzt

Fazit:

- Fachverlage nutzen Messen, Kongresse und Events um gebündelt Beiträge und Interviews zu produzieren und damit bei geringerem Aufwand eine hohe Anzahl an Videos zu generieren
- Teure Studioproduktionen lohnen sich für Fachverlage aufgrund der hohen Produktionskosten kaum

Kontakt Daten

Stefan Huber
Vorstand Marketing & Vertrieb
infotainweb AG
Betastraße 9a
85774 Unterföhring
www.infotainweb.com
stefan.huber@infotainweb.com
+49 89 200 62 98 0