

# Studie

## „Online-Video in deutschen Fachmedien 1/2009“

© infotainweb AG 2009

## Inhaltsverzeichnis

- Studiensteckbrief & Liste der untersuchten Fachmedien
- Übersicht Ergebnisse
- Detail-Analyse: Präsenz Thema Video auf der Startseite
- Detail-Analyse: Web-Video-Berichterstattung
- Detail-Analyse: Werbevideos / Crossmediale Angebote
- Detail-Analyse: Fremdmaterial wie z.B. Werbespots oder Youtube-Videos

# **Studiensteckbrief & Liste der untersuchten Fachmedien**

## **Studiensteckbrief**

### **„Online-Video in deutschen Fachmedien 1/2009“:**

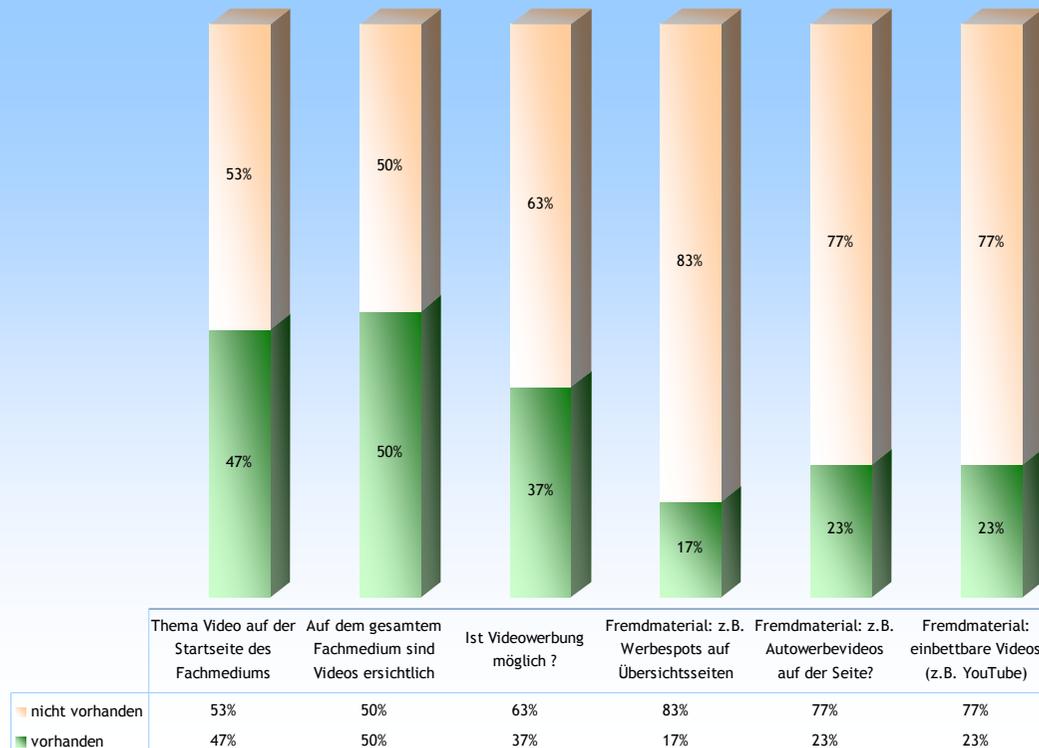
Die Erhebung wurde von der Münchner infotainweb AG Anfang Mai online durchgeführt. Anhand eines Kriterienkatalogs wurden insgesamt 30 Webseiten führender Fachmedien untersucht. Diese erreichten laut IVW-Messung (Informationsgemeinschaft zur Feststellung und Verbreitung von Werbeträgern e.V.) im März 2009 über zehn Millionen Visits sowie über 36 Millionen Page Impressions. Analysiert wurden Seiten aus den Branchen Automobil, Bildung, Food, Bau/Immobilien/Architektur, Industrie, IT, Marketing/Kommunikation, Medizin, Recht, Textil sowie Tourismus/Gastronomie.

## Liste mit den untersuchten Fachmedien

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

# Übersicht Ergebnisse

## Übersicht

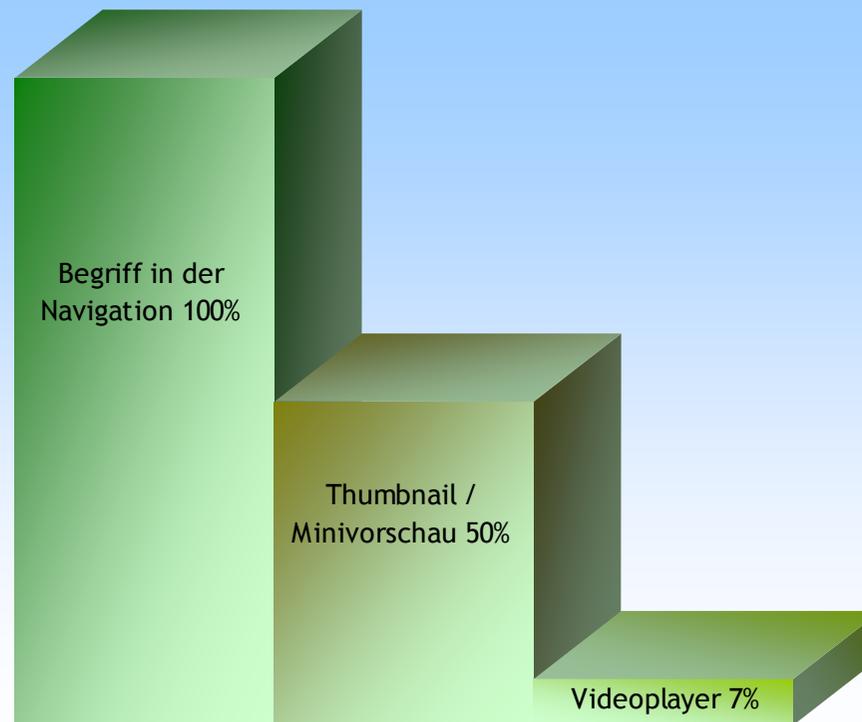


- Die Hälfte der führenden Fachmedien in Deutschland bietet Videos auf ihren Seiten an
- 37 Prozent der untersuchten Websites bieten in ihren Mediaunterlagen den Kunden bereits Video-Werbemöglichkeiten an
- 23 Prozent der untersuchten Websites zeigen auf ihren Seiten z.B. auch Youtube- oder Sevenload-Videos

# **Detail-Analyse:**

## **Präsenz des Themas Video auf der Startseite**

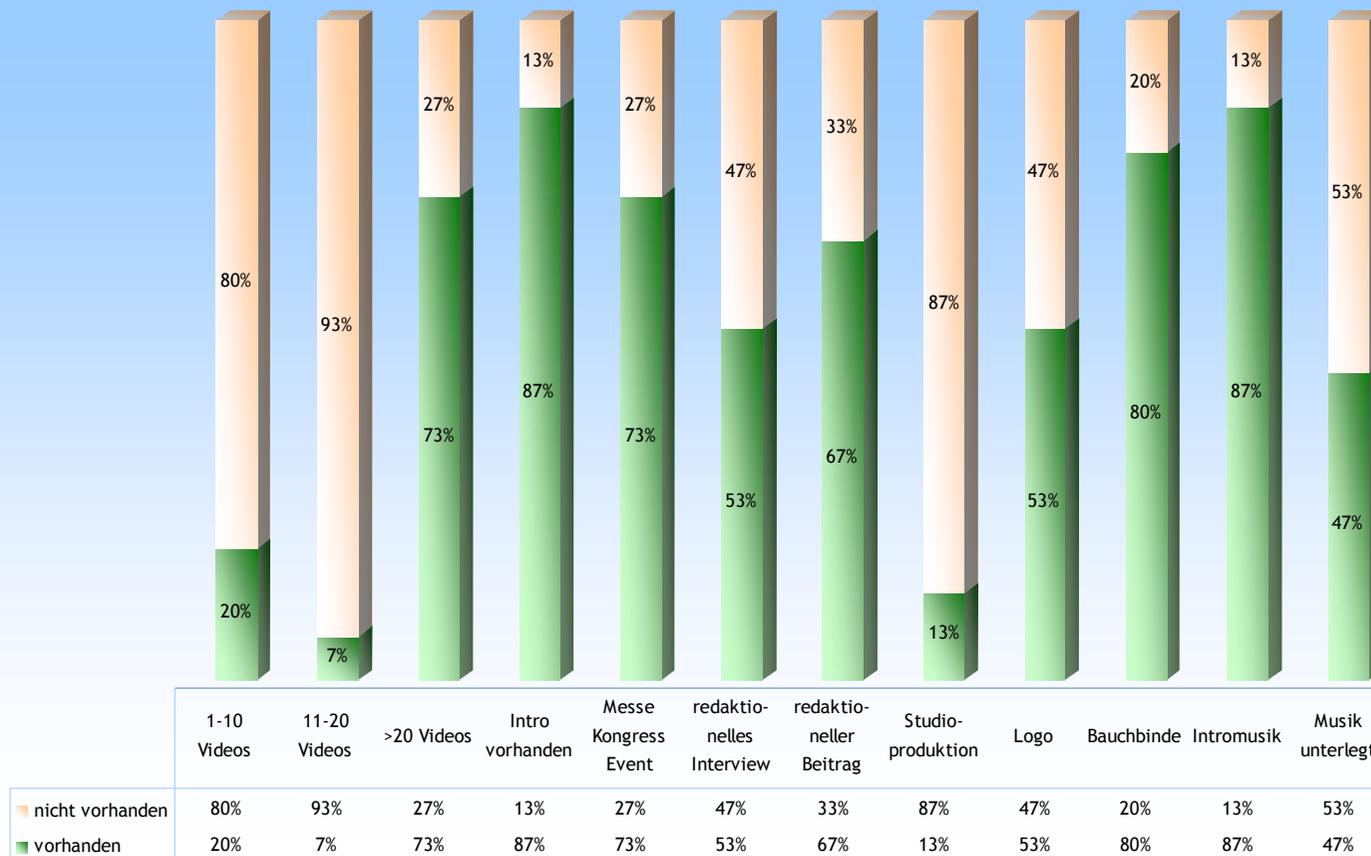
## Detail-Analyse: Thema Video auf der Startseite, aber wie?



- Diese Detail-Auswertung bezieht sich auf die 14 Portale, bei denen das Thema Video auf der Startseite ersichtlich ist
- Auffallend ist, dass von diesen 14 Fachmedien nur eines einen Videoplayer auf der Startseite integriert hat

# **Detail-Analyse: Web-Video-Berichterstattung**

## Detail-Analyse: Web-Video-Berichterstattung

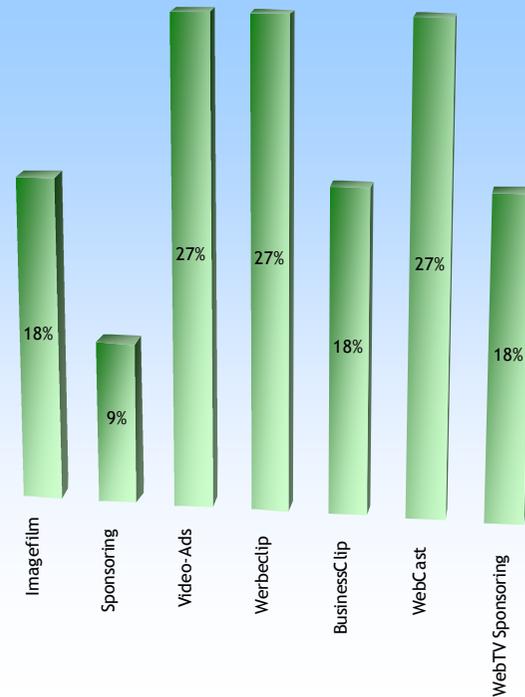


- Diese Detailauswertung bezieht sich auf die 15 Fachmedien, die bewegte Bilder auf ihrem Online-Portal integriert haben
- 73% von diesen 15 stellen mehr als 20 Clips zum Abruf zur Verfügung
- Die häufigsten Video-Formate sind mit 73% Berichte von Messen und Veranstaltungen sowie redaktionelle Beiträge mit 67%, Interviews folgen mit 53%
- Verlage gehen mit ihren bewegten Bildern noch nicht konsequent genug um: Das Verwenden von Logos (53%) ist nicht automatisch Produktionsstandard, auch grafisch aufbereitete Namenseinblendungen (Bauchbinden) oder Intros sind nicht bei allen Videos zu sehen.

# **Detail-Analyse:**

## **Werbevideos / Crossmediale Angebote**

## Detail-Analyse: Angebotene Video-Werbe-Formen

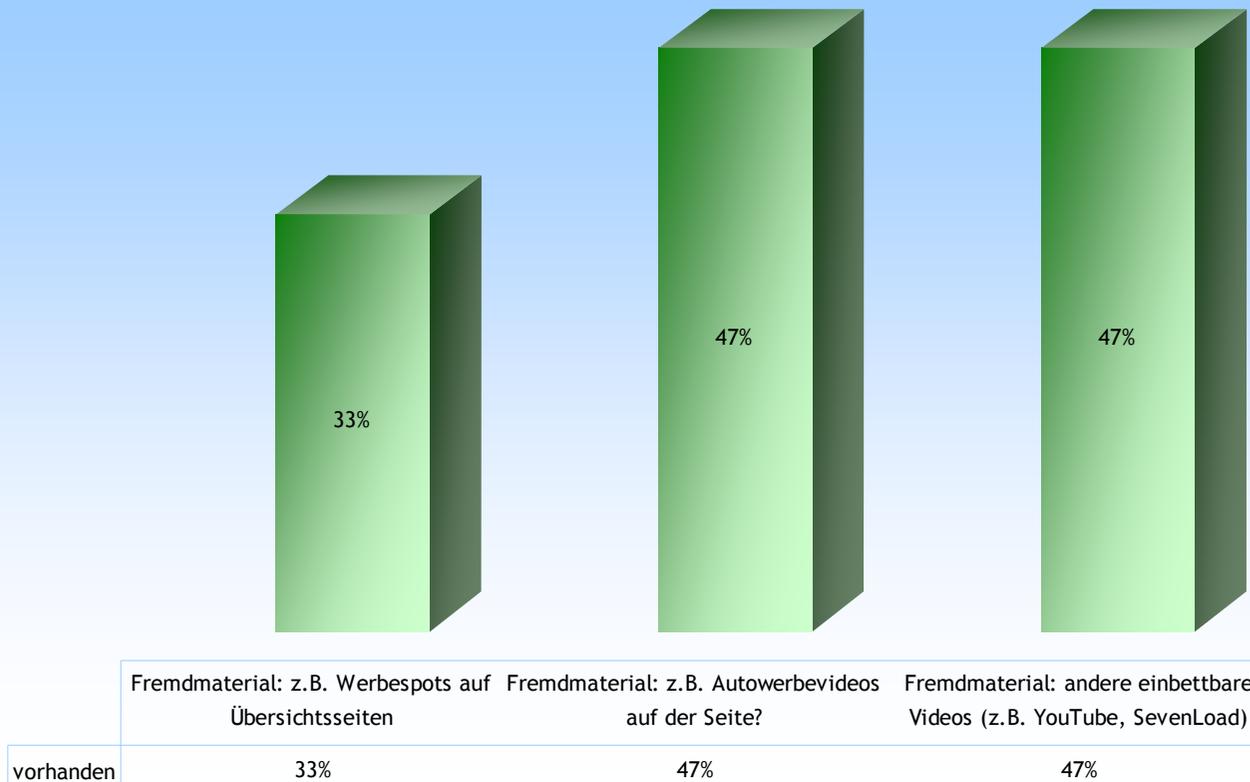


- 37% der untersuchten Websites bieten in Ihren Mediaunterlagen den Kunden bereits Video-Werbemöglichkeiten an
- Die Detail-Auswertung (rechts) bezieht sich auf die elf Fachmedien (37% von 30 Fachmedien), die Werbeformen anbieten
- Auffällig ist, dass sich dafür bisher keine einheitliche Sprache durchgesetzt hat, so wird ein Video-Ad z.B. auch als Werbe-Clip bezeichnet

# **Detail-Analyse:**

## **Fremdmaterial wie Werbespots oder Youtube-Videos**

## Detail-Analyse: Einpflegen von Fremdmaterial



- Unter Fremdmaterial verstehen wir Video-Angebote, die von Herstellern oder Betreibern zur Verfügung gestellt werden (Werbespots, Autovideos, Youtube-Videos)
- Diese Detail-Auswertung bezieht sich auf die 15 Fachmedien, die bewegte Bilder auf den Online-Portal integriert haben
- Auffällig ist, dass fast die Hälfte dieser 15 Fachmedien Videos von Youtube, SevenLoad & Co. veröffentlicht

## Kontakt

infotainweb AG  
Betastraße 9a  
85774 Unterföhring

Stefan Huber / Vorstand Marketing & Vertrieb  
Tel.: 089 200 6298 0  
Mobil: 0176 295 480 78  
Mail: [stefan.huber@infotainweb.com](mailto:stefan.huber@infotainweb.com)

### **Vertraulichkeitserklärung**

Die in diesem Dokument zugänglich gemachten Informationen unterliegen strenger Vertraulichkeit. Sie dürfen, ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung, weder als Ganzes oder in Teilen, noch auszugsweise kopiert oder Dritten weitergegeben werden. Die in der Präsentation gemachten Aussagen sind geistiges Eigentum der *infotainweb AG* und als solche geheim zu halten. Verstöße dagegen berechtigen zum Schadensersatz.