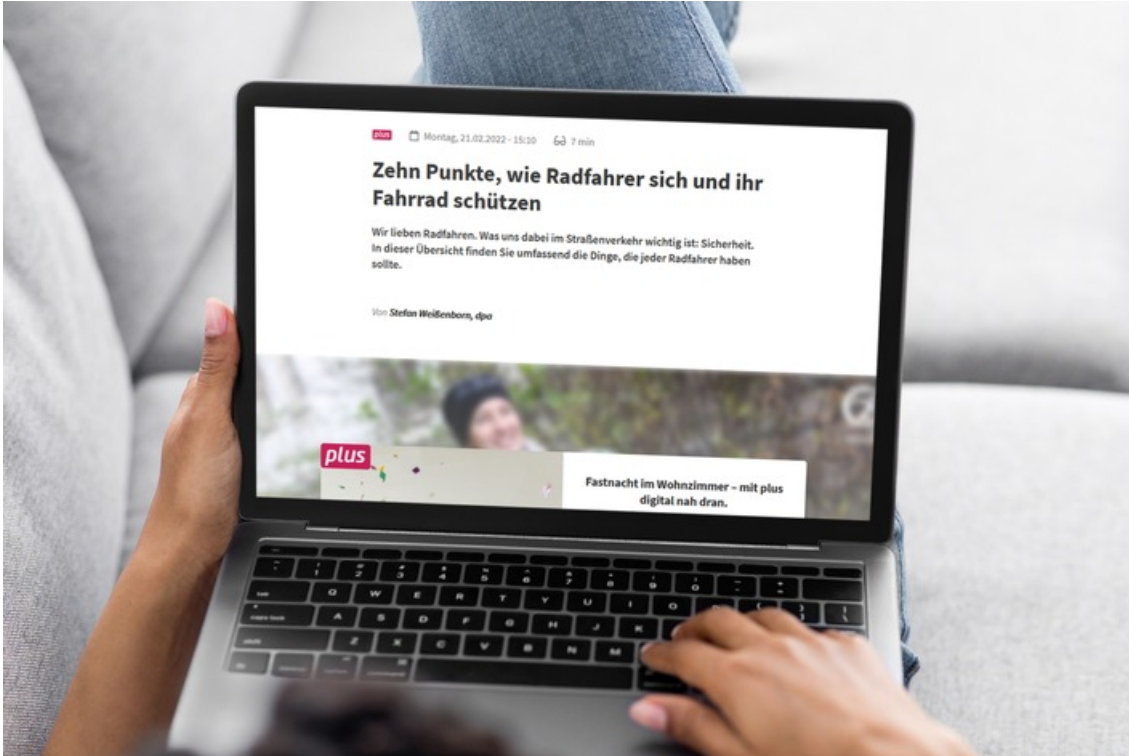


10.03.2022 – 09:41 Uhr

Digital-Abos gewinnen mit dateninformierten Inhalten: Die dpa-Themenwelten gehen an den Start



Hamburg (ots) -

Die Zahlungsbereitschaft von Leserinnen und Lesern für digitalen Journalismus steigt. Die Anzahl verkaufter Online-Abos wächst. Mit den dpa-Themenwelten startet Deutschlands größte Nachrichtenagentur jetzt ein dateninformiertes Angebot, das die Gewinnung von Digital-Abos zusätzlich unterstützt. Media Time, Leser-Engagement und die Langlebigkeit von Inhalten stehen dabei im Mittelpunkt. Der neue Service wird im Rahmen des dpa-Themendienstes angeboten, der sich auf Ratgeber- und Verbrauchernachrichten spezialisiert hat.

"Unsere gemeinsamen Analysen mit zahlreichen Medienhäusern zeigen, welche digitalen Inhalte eine Abo-Entscheidung positiv beeinflussen", sagt dpa-CEO Peter Kropsch. "Die Themenwelten sind der erste dpa-Service, in den explizit empirische Erkenntnisse zur Stärkung der Beziehung von Leserinnen und Lesern an eine Marke einfließen und damit zur Gewinnung von Abonnements beitragen. Als Gemeinschaftsunternehmen der deutschen Medien ist es zentrales Ziel, unsere Kunden bei der digitalen Transformation nachhaltig unterstützen", so Peter Kropsch weiter.

Die dpa-Themenwelten basieren auf den vielfältigen Datenauswertungen von dpa-Performing Content und dem Analyse-Projekt DRIVE (Digital Revenue Initiative). Gemeinsam mit mehr als 20 Verlagshäusern und der Unternehmensberatung Schickler hat die dpa das Nutzungsverhalten von Leserinnen und Lesern bei journalistischen Angeboten ausgewertet. Millionen von Datensätzen sind dabei entstanden. Die an DRIVE teilnehmenden Verlage können auf die gewonnenen Erkenntnisse zurückgreifen und ihre Angebote entsprechend weiterentwickeln und ausrichten.

"Die Datenanalysen über einen langen Zeitraum hinweg lassen verlässliche Rückschlüsse darauf zu, was am besten funktioniert. Wir wissen, welche Inhalte die User an eine Medienmarke binden", erklärt Katja Fleischmann, Leiterin Performing Content bei der dpa. "Die dpa-Themenwelten sind wahre Engagement-Treiber. Unsere Evergreen-Inhalte über Familie, Urlaub, Essen oder Gesundheit steigern die Media Time auf den Angeboten und fördern die Kaufentscheidung für ein digitales Abo", so Katja Fleischmann weiter.

Die Auswertung der Nutzungsdaten im Rahmen des DRIVE-Projekts ergab unter anderem, dass die Conversion-Wahrscheinlichkeit sich um das 130-fache erhöht, wenn die Media Time um zehn Minuten pro Woche steigt. Gleichzeitig halbiert sich dabei die Kündigungswahrscheinlichkeit. Die dpa-Themenwelten wirken sich positiv sowohl auf die Bereitschaft aus, ein digitales Abo abzuschließen, als auch auf die Bindung an eine Medienmarke und eine Reduzierung der Abwanderungs-Quote (Churn Rate).

Der neue Service funktioniert wie folgt: Der dpa-Themendienst stellt einen Content-Pool bereit, aus dem die Kunden multimedial angereicherte Texte abrufen können. 20 Themenwelten, die aus je vier Beiträgen bestehen, bilden das Angebot zum Start ab. Die Bereiche Gesundheit, Food, Fitness, Familie, Immobilien und Mobilität werden abgedeckt.

Alles ist ready-to-publish und kann über die dpa-digitalwires (API) oder die dpa-Schalttafel in die eigene Website eingebunden werden. Mit den Themenwelten sparen die Kunden gleichzeitig wertvolle Ressourcen, denn die dpa kümmert sich um die Aktualisierung der Inhalte und das anlassbezogene Re-Publishing. Darüber hinaus finden fortlaufende Performance-Messungen statt.

Die dpa-Themenwelten auf einen Blick

- Eine dpa-Themenwelt kann die Media Time um bis zu Faktor drei steigern.
- Eine dpa-Themenwelt bindet Nutzer an die Webseite. Die Stickiness kann sich um bis zu 100 Prozent erhöhen.
- Rund fünf Prozent der Nutzer einer dpa-Themenwelt klicken von einem freien in einen Paid-Artikel.
- Ein systematisches Re-Publishing der dpa-Themenwelten kann die Media Time um 32 Prozent steigern.
- Abonnenten können durch eine dpa-Themenwelt bis zu 67 Prozent mehr Zeit auf einer Webseite verbringen.

Alle Interessierten können die dpa-Themenwelten ab sofort und unverbindlich 12 Wochen lang testen.

Hintergründe und weitere Informationen im dpa-Blog:

Start der dpa-Themenwelten: Leser dauerhaft binden, digitale Abonnenten gewinnen

<https://innovation.dpa.com/2022/03/10/start-der-dpa-themenwelten-abonnenten-gewinnen/>

DRIVE als Labor: dpa testet Produktidee für höheres Leser-Engagement:

<https://ots.de/P8EWjW>

Über die dpa:

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) wurde 1949 gegründet und gehört zu den weltweit führenden unabhängigen Nachrichtenagenturen. dpa beliefert Medien, Unternehmen und Organisationen mit redaktionellen Angeboten. Dazu zählen Texte, Fotos, Videos, Grafiken, Hörfunkbeiträge und andere Formate. Als international tätige Agentur berichtet dpa in sieben Sprachen. Rund 1000 Journalistinnen und Journalisten arbeiten von etwa 150 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind 174 deutsche Medienunternehmen. Die dpa-Redaktion arbeitet nach den im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen: unabhängig von Weltanschauungen, Wirtschaftsunternehmen oder Regierungen. Die Zentralredaktion unter der Leitung von Chefredakteur Sven Gösmann befindet sich in Berlin. Die Geschäftsführung um ihren Vorsitzenden Peter Kropsch ist am Unternehmenssitz in Hamburg tätig. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist David Brandstätter (Main-Post GmbH, Würzburg).

Pressekontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Jens Petersen
Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Medieninhalte



Digital-Abos gewinnen mit dateninformierten Inhalten: Die dpa-Themenwelten gehen an den Start. Mit den dpa-Themenwelten startet Deutschlands größte Nachrichtenagentur jetzt ein dateninformiertes Angebot, das die Gewinnung von Digital-Abos zusätzlich unterstützt. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100886297> abgerufen werden.