

Ressort: Technik

Umfrage: Zahlungsbereitschaft für Online-Journalismus steigt

Berlin, 22.06.2016, 10:11 Uhr

GDN - Die Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte im Internet steigt: 36 Prozent der Internetnutzer haben laut einer repräsentativen Umfrage unter Internetnutzern ab 14 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom in den vergangenen zwölf Monaten für Nachrichten oder andere journalistische Inhalte im Internet Geld ausgegeben. Vor einem Jahr waren es erst 31 Prozent.

In der Gruppe der Internetnutzer, die Online-Nachrichten lesen, liegt der Anteil sogar bei 48 Prozent (Vorjahr: 40 Prozent). 22 Prozent der Internetnutzer zahlen eine monatliche Pauschale und 20 Prozent haben in den letzten zwölf Monaten für einzelne Artikel oder Ausgaben Geld ausgegeben. "Ein gutes journalistisches Angebot lassen sich die Nutzer auch im Internet etwas kosten", sagte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg bei Vorstellung der Studienergebnisse. "Medienunternehmen brauchen zusätzliche Erlösquellen, um die digitale Transformation vorantreiben zu können." Wer nicht bereit ist, für Nachrichten und ähnliche Inhalte zu bezahlen, führt in der Umfrage vor allem die große Menge kostenloser Angebote als Grund seiner mangelnden Ausgabebereitschaft an (73 Prozent). Einem Drittel (32 Prozent) sind die Digitalangebote zu teuer. Dagegen halten nur noch neun Prozent das Bezahlen im Internet für zu kompliziert. Bei einer Bitkom-Befragung im Jahr 2013 waren es noch 32 Prozent, seitdem ist dieser Wert kontinuierlich gesunken. Trotz einer steigenden Zahlungsbereitschaft haben sich Abrechnungsmodelle für journalistische Inhalte im Internet bei den Verlagen noch nicht in der Breite durchgesetzt. Das zeigt eine repräsentative Umfrage unter Geschäftsführern und Vorstandsmitgliedern von 148 Medienunternehmen im Auftrag des Bitkom. 41 Prozent der Anbieter journalistischer Inhalte geben an, dass sie Abrechnungsmodelle für journalistischen Content haben. 31 Prozent setzen auf das Freemium-Modell, bei dem nur als besonders hochwertig eingestufte Inhalte bezahlt werden müssen. 15 Prozent haben eine Bezahlschranke (Paywall) für alle Inhalte eingeführt. Sieben Prozent nutzen ein Kontingentmodell, bei dem die kostenlose Nutzung mengen- oder zeitmäßig beschränkt ist. Auf der anderen Seite sagen 59 Prozent, dass sie sämtliche Inhalte kostenlos anbieten. "Einnahmen aus dem Verkauf digitaler Inhalte sind notwendig, um die aufwändige Produktion journalistischer Inhalte für Print- und Online-Medien finanzieren zu können", sagte Berg. Mit Blick auf die kommenden Jahre meint fast die Hälfte (49 Prozent) der befragten Medienunternehmen, dass die Bedeutung digitaler Verkaufserlöse steigen oder sogar stark steigen wird. 46 Prozent erwarten, dass Crowdfunding immer wichtiger wird. Dabei wird auf Internetplattformen für journalistische Projekte Geld eingesammelt. Mit 77 Prozent erwarten aber die weitaus meisten Unternehmen ein steigendes Gewicht digitaler Werbung als Erlösquelle.

Bericht online:

<https://www.germandailynews.com/bericht-74289/umfrage-zahlungsbereitschaft-fuer-online-journalismus-steigt.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS

contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619