

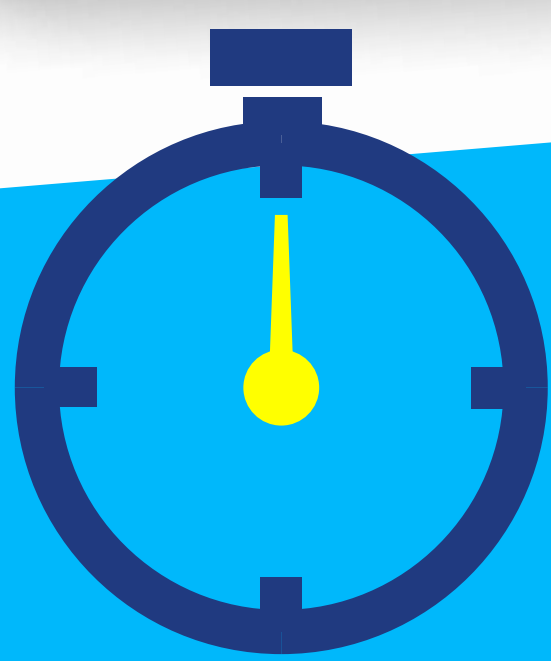
# BREAKING NEWS

## 8 WICHTIGE STATISTIKEN FÜR MARKETER IN DEN MEDIEN



**Während sich die Verbraucher an eine sich ändernde Welt anpassen**, läuft die digitale Transformation in Medienhäusern auf Hochtouren. Für die führenden Marken in diesem Bereich ist es von ausschlaggebender Bedeutung, den digitalen Technologien und Prozessen Vorrang einzuräumen, um in einer Welt, die mehr denn je nach Inhalten hungert, relevante Medienerfahrungen bereitzustellen:

2



**6 STUNDEN 59 MINUTEN**

**Medienkonsum pro Tag im Jahr 2020** (eine Verdopplung im Vergleich zu 2019)

Quelle: DoubleVerify, September 2020

**48%**

der weltweiten Verbraucher verbringen seit der Pandemie mehr Zeit in den **sozialen Medien**

Quelle: DoubleVerify, September 2020

3

Die „neue Realität“ beschleunigt den Niedergang des Druckgewerbes:

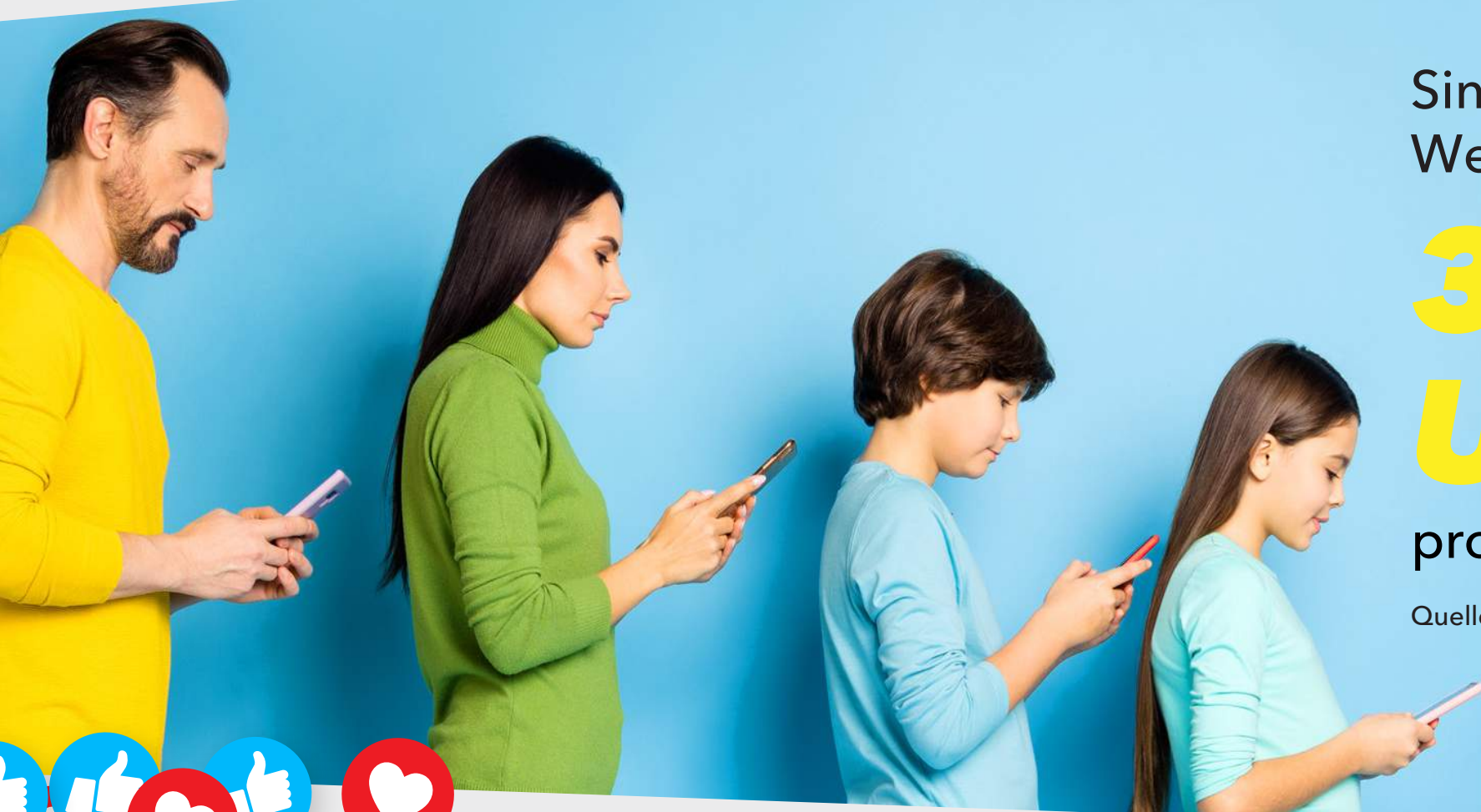
**20% bis 30%**

Rückgang bei den **wichtigsten Zeitungseinnahmen** im Frühjahr 2020

Quelle: Forbes, April 2020



4



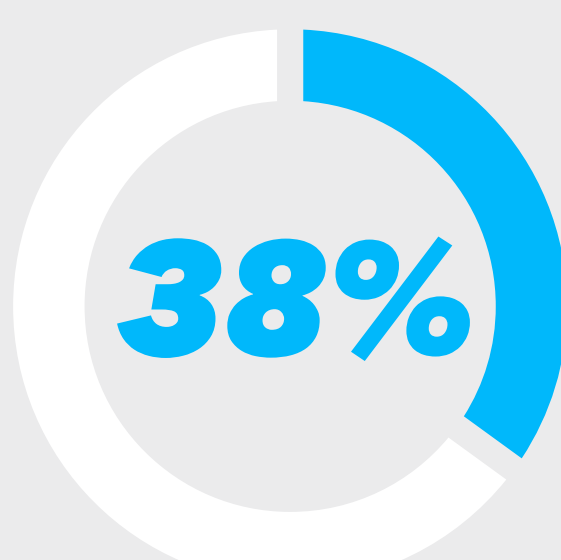
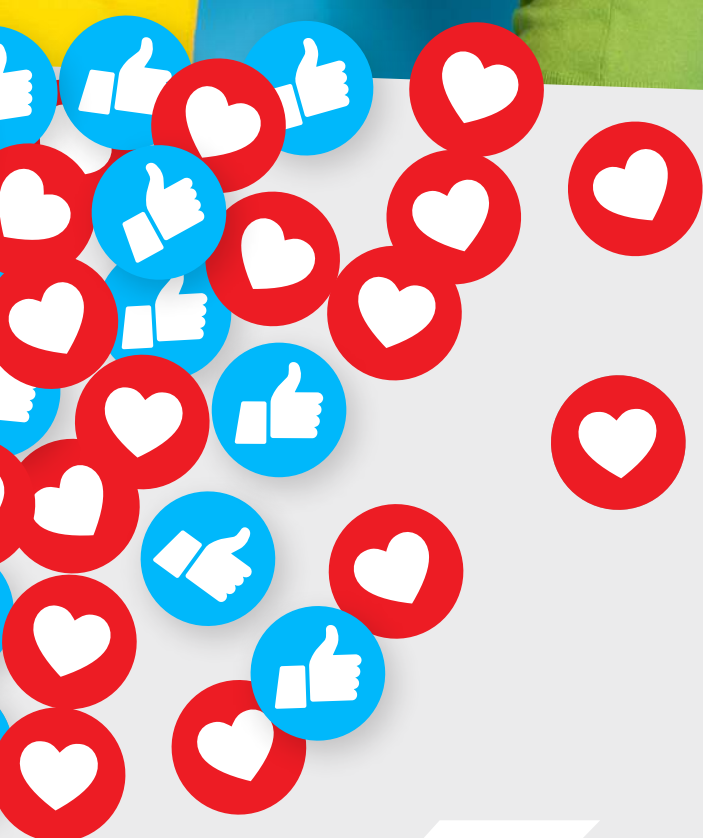
Sind Ihre Inhalte für mobile Endgeräte optimiert? Wenn nicht, schauen Sie sich diese Statistik an:

**3 STUNDEN UND 6 MINUTEN**

pro Tag mit dem Smartphone

Quelle: eMarketer, April 2020

5



Jüngere Generationen sprengen den Medienmix:

**die Gen Z-Verbraucher**

verlassen sich auf die **sozialen Medien** als Hauptnachrichtenquelle

Quelle: Statista, Juni 2020

6

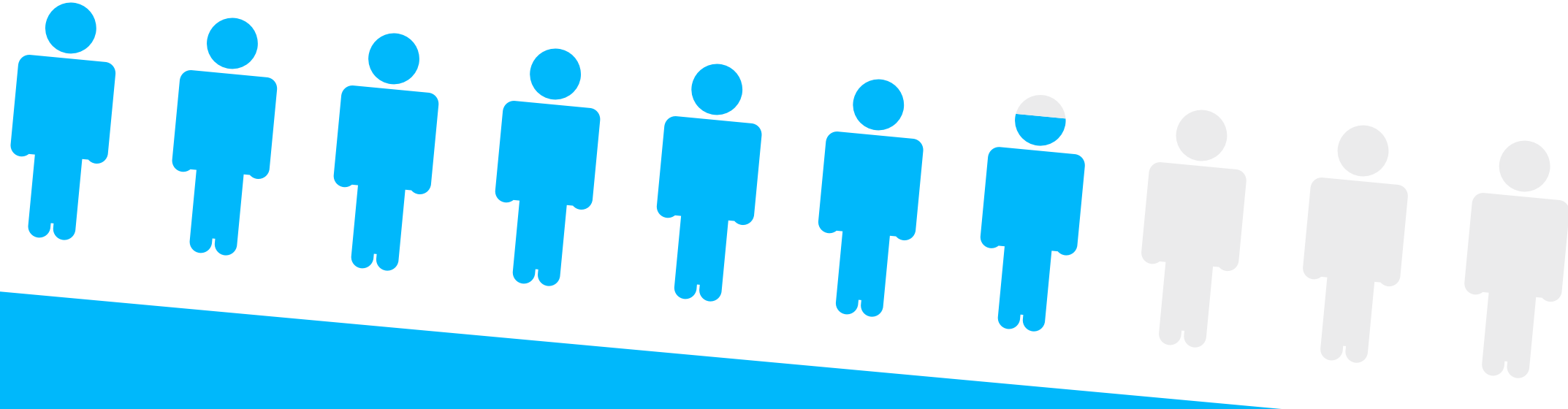
Skip Ad ▶

Werbetreibende müssen ihr Marketing auf den Inhalt abstimmen:

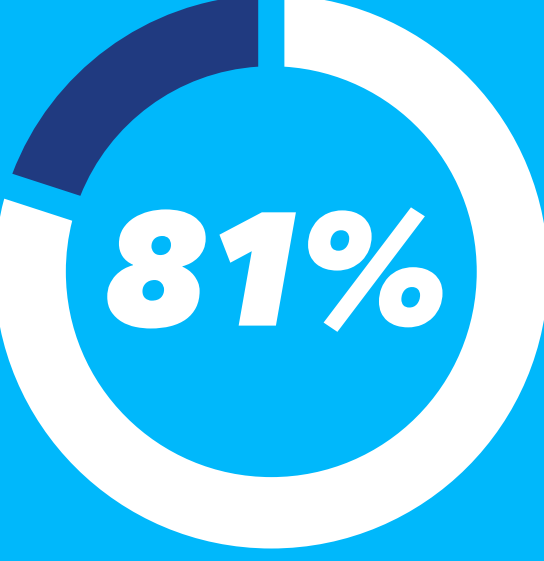
**69 % der Verbraucher**

registrieren Anzeigen, die für den betrachteten Inhalt relevant sind

Quelle: DoubleVerify, September 2020



7



Die Verbraucher von heute verstehen ihre Position im Austausch von Daten und Werten ganz klar:

**teilen ihre persönlichen Daten**,

um eine besser personalisierte Erfahrung zu erhalten

Quelle: Formation.ai, September 2020

8

**HEISSER TREND!**

Herausgeber müssen auf Audio-Content expandieren:

Ausgaben in Höhe von \$ 31,3 Millionen für Podcast-Anzeigen  
**\$ 31,3 MILLIONEN FÜR PODCAST-ANZEIGEN**  
 im Jahr 2020, bis Ende 2022 werden \$ 106,5 Millionen erwartet

Quelle: eMarketer, Juli 2020



Für Medienhäuser geht es nicht nur darum, spannende Inhalte zu schaffen. Sie müssen jedem einzelnen Abonnenten oder Besucher auch persönliche Relevanz bieten. Selligent's KI-basierte Personalisierung erlaubt Ihnen die persönliche Kommunikation mit Ihren Abonnenten, um individualisierte Medienerlebnisse im großen Maßstab zu schaffen. Mit den umfangreichen Testkapazitäten auf unserer Plattform, den Engagement-Kennzahlen in Echtzeit und der Bereitstellung von dynamischen Inhalten haben wir die Tools, die Sie benötigen, um die Kundenabwanderung zu reduzieren und das Gewinnen und Binden von Abonnenten zu fördern.

**Weitere Informationen erhalten Sie auf [Selligent.com](https://selligent.com), alternativ können Sie auch das [MySelligent-Portal](https://portal.selligent.com) besuchen: [portal.selligent.com](https://portal.selligent.com).**