

Erfolgsfaktoren von Nachrichtenapps

Ein Vergleich Deutschland - USA

USA setzen Maßstäbe in den Medien – und im Internet

- Globale Medien des big entertainment
 - Hollywood Blockbuster
 - TV - Formate
 - Rock Musik
 - Bestseller
- Born Globals
 - Google
 - Amazon
 - Facebook
 - Ebay

Lokale Innovation durch copy & paste

- Ebay – Alando
- YouTube – MyVideo
- Facebook – StudiVZ
- Groupon – citydeal
-

Copy & Paste ein Erfolgsrezept auch für Nachrichten Apps? Eine Untersuchung aus dem Frühjahr 2011

- Schritt 1: Identifikation der 200 erfolgreichsten US Iphone Nachrichten Apps
- Schritt 2: Bestimmung von formalen Merkmalen, die Nachrichten Apps auszeichnen
- Schritt 3: Quantitative Inhaltsanalyse der 200 erfolgreichsten Iphone Nachrichten Apps. Merkmale vorhanden oder nicht vorhanden?
 - Schlussfolgerung: Wenn oft vorhanden sind die Merkmale ein Erfolgsfaktor im US Markt
- Schritt 4: Befragung deutscher Iphone Nutzer nach ihrer Präferenz für diese Merkmale
- Schritt 5: Vergleich der Häufigkeitsverteilung der Merkmale im US Markt und der Präferenzverteilung im deutschen Markt

Schritt 1: Identifikation der 200 erfolgreichsten US Nachrichten Apps für das Iphone

- Ergebnis der Auswertung verschiedener publizierter Rankings

Nr.	Name der App	Nr.	Name der App
1	NYTimes	51	WWLTV, New Orleans
2	FOX News	52	El Nuevo Dia
3	USA TODAY	53	NewsChannel 5 Mobile
4	NPR News	54	Alien Blue - Reddit Client (Unofficial)
5	The Wall Street Journal - Mobile	55	KARK 4 News
6	Pulse News Mini	56	MobileRSS - Free Google Reader for iPad
7	BBC News	57	4029TV.com
8	CNN for iPhone	58	Onion News Network
9	ABC News	59	FT Mobile
10	msnbc.com	60	Local News, Weather and more
11	MTV News	61	7Online - New York for iPad
12	AP Mobile	62	WRAL
13	WFAA	63	WHDH New England
14	Fluent News Reader	64	KATV Channel 7, Little Rock, AR
15	Yahoo!	65	9NEWS Mobile News
16	The Onion	66	ABC7 Los Angeles
17	The Economist for iPad	67	KTBS.com Mobile
18	CNN for iPad	68	FOX 6 News WBRC
19	Huffington Post for iPad	69	WMCTV.com Mobile
20	Zinio Magazine Newsstand & Reader	70	KHOU 11
21	CBS News for iPad	71	US Army News & Information
22	Engadget for iPhone	72	Boston.com News
23	AUDIOPRESS	73	WCNC
24	TIME Magazine for iPad	74	WSMV
25	wsbtv.com	75	MyFoxBoston FOX 25 News
26	iReddit	76	KMOV4
27	6abc - Philadelphia for iPad	77	KSDK

Auszug

Schritt 2: Bestimmung von formalen Merkmalen, die Nachrichten Apps auszeichnen

- Ergebnis von Literaturrecherche und Ergänzung im Zuge der Inhaltsanalyse

Angaben über Artikellänge im Inhaltsverzeichnis
Inhaltsverzeichnis vorhanden
Angaben über Artikellänge innerh. eines Artikels
Angabe über Position in der App
Suchfunktion nach Artikeln
Als gelesen markierte Artikel
Lesezeichen-Funktion
Personalisierbare Startseite
Hilfefunktion zur Navigation
Navigation zwischen einzelnen Artikeln
Navigation zu/zwischen einzelnen Ressorts
Leitkonzept der Leseumgebung
Bild-/Video-Anteil auf Startseite
Bild-Video-Anteil auf Leitartikelseite
Zu den Artikeln korrespondierende Bildergalerien
Zu den Artikeln korrespondierende Videos

Animationen beim Umblättern von Artikel-Seiten
Animationen in Bildergalerien
Vergrößerbare Bilder
Veränderbare Schriftart in den Artikeln
Veränderbare Schriftgröße in den Artikeln
Verlinkungen auf Inhalte im offenen Internet
Unterhaltende Elemente ohne Nachrichtenwert
Interaktive informative Elemente
Vollbild-Minispiele innerhalb der App
Interaktive und multimediale Werbeanzeigen
Push-Nachrichtenfunktion
Nutzung von GPS/Location Based Services
Nutzung des Beschleunigungssensors
Nutzung besonderer Gesten
Augmented-Reality-Funktion der Kamera
Anteil an interaktiven Flächen auf der Startseite
Anteil an interaktiven Flächen auf der Leitartikelseite
Möglichkeit, eigene Videos hochzuladen
Möglichkeit, eigene Bilder hochzuladen
Inhalte/Artikel empfehlen via e-mail
Inhalte/Artikel empfehlen via Facebook
Inhalte/Artikel empfehlen via Twitter
Inhalte/Artikel empfehlen via sonstiges
Möglichkeit des Kontakts mit Redaktion
Verfassen von Kommentaren
Anzeige anderer Kommentare

42 Merkmale!

Schritt 3: Quantitative Inhaltsanalyse der 200 erfolgreichsten Iphone Nachrichten Apps.

Beispiel Location Based Services

		Kategorie der Apps					Gesamt	
		Verlags-App	TV-Sender-App	Radio-Sender-App	Online-Dienst-App	sonstige		
Nutzung von GPS/ Location Based Services	Nein	Anzahl	36	22	4	30	63	155
		% innerhalb von Kategorie der App	87,8%	40,0%	100,0%	88,2%	95,5%	77,5%
	Ja	Anzahl	5	33	0	4	3	45
		% innerhalb von Kategorie der App	12,2%	60,0%	0,0%	11,8%	4,5%	22,5%
Gesamt		Anzahl	41	55	4	34	66	200
		% innerhalb von Kategorie der App	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Schritt 4: Befragung deutscher Iphone Nutzer nach ihrer Präferenz für diese Merkmale

- Übersetzung der Merkmalsausprägungen der US Apps in ein Kategoriensystem für die Abfrage von Präferenzen

Abb. 2: Operationalisierung der Variable A301 zum Wort-Bild-Anteil auf der Startseite einer App



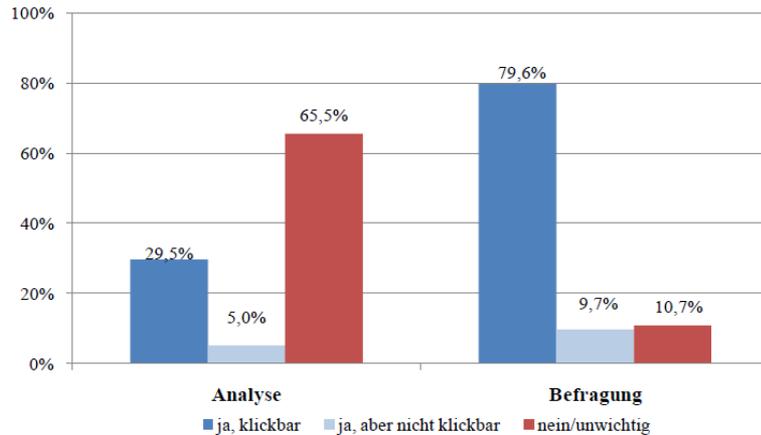
- Online Befragung nach den Präferenzen von 412 Probanden, generiert über verschiedene Online-Verteiler und Banner auf news apps

Schritt 5: Vergleich der Häufigkeitsverteilung im US Markt mit der Präferenzverteilung im deutschen Markt

Beispiele

- Es ergibt sich ein differenziertes Bild
 - Deutsche Nutzer legen mehr Wert auf ordnende Funktionen und Navigationshilfen als die US Apps aufweisen
 - Deutsche Nutzer mögen höhere Bild- / Videoanteile auf der Startseite und mehr interaktive Schaltflächen auf der Kommentarseite als in den erfolgreichen US Apps realisiert
 - Zu den Artikeln korrespondierende Videos werden nicht gewünscht, auch US Apps halten sich hier zurück
 - Bildstrecken zu Nachrichten werden nur selektiv gewünscht, etwas weniger als in den USA
 - Nicht nachrichtenbezogene unterhaltende Gimmicks werden strikt abgelehnt, so auch in US Apps realisiert
 - Deutsche Nutzer sind aufgeschlossener gegenüber technischen features wie Wischen statt Klicken, augmented reality, GPS/ location based services als die US Vorbilder dies nahelegen

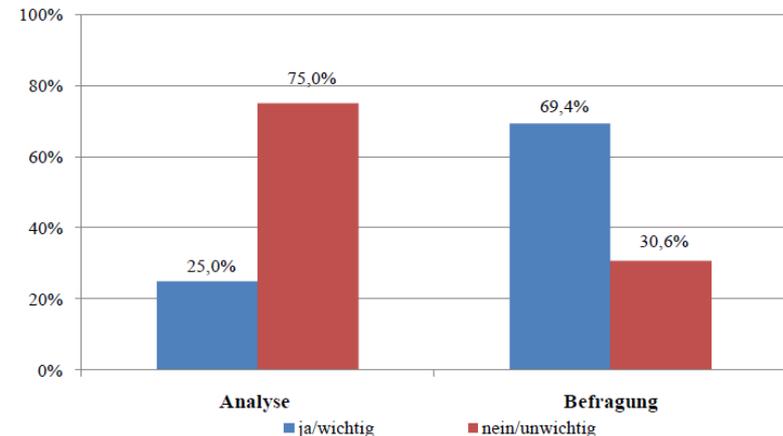
Schritt 5: Vergleich der Häufigkeitsverteilung im US Markt mit der Präferenzverteilung im deutschen Markt



$n_1 = 200$ (Analyse) bzw. $n_2 = 412$ (Befragung); $\text{Chi}^2 = 198.630, p < .001$; Cramer's $V = 0.570, p < .001$

Abbildung 8: Analyse der Variable „Vorhandensein eines Inhaltsverzeichnisses“.

Beispiel Navigation



$n_1 = 200$ (Analyse) bzw. $n_2 = 412$ (Befragung); $\text{Chi}^2 = 107.285, p < .001$; Cramer's $V = 0.419, p < .001$

Abbildung 9: Analyse der Variable „Angaben über Position in der App“.

Diskussion

- Reine Copy & Paste Strategie bei Nachrichtenapps nicht empfehlenswert
- Dies dürfte auch für andere App Genres gelten w.z.u.w.
- Screening des US Marktes ersetzt nicht die eigene Marktforschung zu Kundenpräferenzen
- Ermittlung von Nutzentreibern wichtig in Frühphasen der Entwicklung und vor Relaunches von Apps zur Fokussierung von Investitionen in Innovationen
- Medienmanagement Mainz hat in Zusammenarbeit mit der Mainzer Strategieberatung 2hm Testprozeduren zur validen Ermittlung quantifizierter Nutzentreiber entwickelt und in der Praxis erfolgreich angewendet

Literatur:

Bettina Lis, Lennart Libercka, Heinz-Werner Nienstedt: Erfolgreiche Nachrichten-Apps – Was deutsche Verlage von Angeboten aus dem US-Markt lernen können, Medienwirtschaft 3, 2012