

Duitsland PR en influencer whitepaper 2020

Internationaal medialandschap

Onderstaande medialandschappen zijn geschreven in het voorjaar van 2020* en zijn bedoeld om te worden gebruikt als een basisgids voor het werken met media uit de volgende landen:

België

China

Frankrijk

Duitsland

Verenigd Koninkrijk

Verenigde Staten van Amerika

Ze kunnen worden gebruikt als gids voor het werken met traditionele media en influencers, voornamelijk voor persbezoeken naar Nederland. De informatie die in de bestanden wordt aangeboden, deelt niet alleen kennis van het medialandschap in de afzonderlijke markten maar ook ervaringen met het werken met de media en geeft adviezen over the do's and dont's tijdens persbezoeken.

Voor zover relevant, bieden zij gesegmenteerde informatie: een algemeen overzicht, de traditionele media, travel media, culturele pers en social influencers. Dit zijn de sectoren van de media waarmee op dit moment in de bovengenoemde markten het meest wordt gewerkt. De medialandschappen tonen duidelijk culturele verschillen en verwachtingen maar benadrukken ook de overeenkomsten tussen sectoren en landen.

*Het is belangrijk op te merken dat deze medialandschappen zijn geschreven tijdens de Covid-19-pandemie en dat het daarom duidelijk mag zijn dat het medialandschap, de voorkeuren voor perstrips en voor reizen in het algemeen de komende jaren in het post-corona-tijdperk aanzienlijk zullen veranderen.



Verkenning van het medialandschap

Het gevarieerde medialandschap kent meer dan 300 dagbladen, 20 weekbladen en 1.600 publiekstijdschriften. Duitsland is de vijfde grootste krantenmarkt ter wereld. Tegelijkertijd ondergaat de sector ingrijpende, structurele veranderingen als gevolg van de digitalisering van de markt. Dagbladen hebben de afgelopen 15 jaar jaarlijks 1,5 tot 2% van hun betaalde oplage verloren. Ondertussen worden wel bijna 800.000 krantenkopieën digitaal gedistribueerd als e-papers en neemt het aantal digitale abonnementen gestaag toe. De kranten met de hoogste oplages zijn: Bild-Zeitung (1.368.781 ex.), Süddeutsche Zeitung (327.200 ex.) en Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) (222.356 ex.).

Een belangrijk kenmerk van het tv-landschap in Duitsland is het duale systeem van publieke en commerciële zenders. De populairste publieke zenders zijn ARD en ZDF. Ze hebben beiden een potentieel bereik van bijna 38 miljoen huishoudens. WDR komt hierbij dicht in de buurt met een bereik van meer dan 35 miljoen huishoudens. De commerciële zenders RTL, Sat.1 en ProSieben hadden in 2019 ook een potentieel bereik van meer dan 37 miljoen huishoudens. Terwijl de publieke zenders voornamelijk reclamevrij zijn, worden de commerciële zenders louter gefinancierd uit reclameopbrengsten.

Traditionele pers

- De oplages van traditionele, gedrukte media dalen nog steeds in Duitsland maar een aantal kranten heeft waarde toegevoegd door een online versie uit te brengen.
- Veel journalisten moeten vakantiedagen opnemen om deel te nemen aan een persbezoek. Zij waarderen het daarom als een persreis in het weekend wordt georganiseerd.
- Een persreis mag mede hierdoor maximaal 2 of 3 dagen duren.
- Er zijn steeds meer journalisten die als freelancer werken.

Tip: journalisten die op een individuele trip gaan, reizen vaak graag samen met een fotograaf. Wij steunen dit omdat dit bijdraagt aan een hogere kwaliteit van de publicatie(s).

Reispublicaties en journalisten

- Reisjournalisten zijn geïnteresseerd in de verborgen parels en in Nederland als een "groen" land.
- De meeste journalisten reizen graag met de trein naar Nederland en maken ook in Nederland graag gebruik van het OV.
- De keuze van gastronomie en accommodatie is zeer belangrijk voor het programma: beiden moeten goede kwaliteit én service bieden. Er is een voorkeur voor hotels met een persoonlijke stijl in plaats van standaardketens.



Tip: het is een trend in Duitsland om meer en uitgebreid verslag te doen van nabijgelegen vakantiebestemmingen in plaats van verre bestemmingen. Deze trend wordt alleen maar sterker door het coronavirus.

Cultuurpublicaties en journalisten

- Cultuurjournalisten vinden het vaak lastig om te schrijven over hotels, vervoer en restaurants, tenzij deze een directe relatie hebben met de kunstenaar of expositie.
- Ze zijn geïnteresseerd in kunst maar ook in krachtige culturele en historische thema's waaronder het Nederlands koningshuis, de Nederlandse Gouden Eeuw en 75 jaar vrijheid in 2020.
- Het persbezoek moet nieuwswaarde bevatten, zoals een opening, een jubileum etc.

influencers

- De bloggersmarkt is tot op zekere hoogte gestabiliseerd.
- Veel van de top-influencers verwachten betaald te worden voor hun publicaties.
- Tijdens een trip hebben ze veel tijd nodig voor fotografie. De inhoud van de trip moet dan ook goed te 'Instagrammen' zijn.
- Ze hebben behoefte aan duidelijke richtlijnen, maak dus een heldere briefing waarin afspraken en verwachtingen vastgelegd staan.
- Social influencers willen graag dat hun posts en verhalen worden gedeeld op de (social) kanalen van betreffende opdrachtgever.



Deze whitepaper is samengesteld door:
Natalie Poloczek - PR & Influencer manager - NBTC Duitsland
Vragen of opmerkingen?
Stuur een mail naar npoloczek@holland.com

