



PRESSEMITTEILUNG

Medienwebsites: Hohe Zahlungsbereitschaft für regionale Inhalte

München, 1. März 2018 – Regionale Medien hatten es oft schwer, sich gegen das allgegenwärtige Angebot an Nachrichten im Internet zu behaupten. Inzwischen nutzen sie die Exklusivität der lokalen Nachrichten und Geschichten, um Leser langfristig an sich zu binden: Der Umsatzanteil von Zeitpässen und Online-Abonnements liegt für Regionalmedien bei durchschnittlich 32 Prozent. Das ergab die Auswertung des Nutzungsverhaltens von mehr als 40.000 zahlenden Kunden durch die Technologieplattform LaterPay.

LaterPay bietet Medienwebsites die Möglichkeit, ihre Nutzer in kleinen Schritten an das Zahlen für Nachrichten und somit auch an bestehende Abo-Modelle heranzuführen. Kunden können einzelne Artikel für einen Centbetrag lesen oder für einige Euro einen Zeitpass über die gesamte Website oder ausgewählte Ressorts erwerben. Dabei müssen sie nicht sofort zahlen, sondern erst, sobald eine festgesetzte Schwelle von beispielsweise 5 Euro erreicht ist. Entscheiden sich die Leser dann gegen die Bezahlung, müssen sie künftig auf die Inhalte verzichten, die sie bislang regelmäßig konsumiert haben. Die Bezahlbereitschaft ist insgesamt sehr hoch. Je nach Medium und Thema bezahlen zwischen 70 und 80 Prozent der Leser die offene Rechnung auch, sobald die Schwelle erreicht wurde.

Aktuell macht der Verkauf von Einzelartikeln noch den Großteil des mit LaterPay erwirtschafteten Umsatzes aus. Zeitpässe werden aber zunehmend von Lesern gekauft, die bei besonderen Ereignissen und für bestimmte Themen mehrere Artikel ansehen möchten. Die Stärke der Regionalmedien ist die Exklusivität bei einem hochrelevanten Nachrichtenfaktor: der örtlichen Nähe. Diese Inhalte stehen auf nationalen Nachrichtenseiten nicht zur Verfügung.

Cosmin Ene, CEO von LaterPay, erklärt die Beobachtung: „Eine klare Profilierung schafft Zahlungsbereitschaft. Nationale Medien punkten mit hochkarätigen Exklusivgeschichten. Regionale Medien hingegen haben es von Haus aus einfacher, mit lokalen Informationen ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen. Mit LaterPay können sie ihren Kunden diese Stärke schmackhaft machen. Der Leser muss nicht blind auf den Anbieter vertrauen, sondern zahlt, wenn er weiß, dass die Leistung ihr Geld wert ist.“



Bildmaterial zum Download:

[Porträt Cosmin Ene, CEO von LaterPay](#) (Bildnachweis: LaterPay)

Die Verwendung des Bildes ist unter Nennung der Quelle für redaktionelle Zwecke freigegeben.

Über LaterPay

LaterPay ist eine Technologieplattform für Kundenakquise, Conversion-Steigerung und Payment im deutschsprachigen Raum sowie den USA. LaterPays nahtlose Lösung hilft Inhabern von Unternehmen aus den Branchen Online-Publishing, SaaS und Video, Konsumenten zu zahlenden Kunden zu machen. Denn anders als bei harten Paywalls geben die Plattformen ihren Kunden mit LaterPays offenem Paygate-Ansatz einen sofortigen Zugriff auf kostenpflichtige Inhalte und Services, ohne vorherige Registrierung oder Zahlung. Durch die einfache Bezahloption gewähren sie ihren Nutzern einen Vertrauensvorschuss: Den Wert des konsumierten Services kennenzulernen und erst bei Erreichen eines gesetzten Warenkorbwerts zu zahlen. Mit Bezahloptionen wie dem Einzelkauf, Zeitpass oder Abonnement lassen Unternehmen ihren Kunden die Wahl, wie sie konsumieren wollen, führen sie zugleich an längerfristige Zahlungen heran und reduzieren Absprung-Raten. Plattformen jeder Branche und Reichweite erreichen so ein Umsatzwachstum und entwickeln neue, nachhaltige Kundenbeziehungen auf der eigenen Webseite. Das aus Deutschland stammende Unternehmen LaterPay hat Büros in München und New York und beschäftigt rund 50 Mitarbeiter. www.laterpay.net

Pressekontakt

[Agentur Frau Wenk +++ GmbH](#)

Telefon: (+49) 40 3290 4738 0

E-Mail: laterpay@frauwenk.de