



PZ-Online weiterentwickelt: Schnellerer Zugang zu den Leistungsdaten

**Einfachere Handhabung | Intuitive Nutzerführung |
Schnellerer Zugang zu Markt- und Leistungsdaten**

Berlin, 27. März 2017 – Kürzere und intuitivere Wege zu den gewünschten Informationen, eine moderne Benutzerführung und einfachere Handhabung: Unter diesem Anspruch tritt seit heute das Datenportal PZ-Online des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger mit einer grundlegend überarbeiteten Analyse-Funktion an.

Seit Jahren ist PZ-Online die zentrale Anlaufstelle, wenn es um Leistungsdaten der deutschen Publikumsverlage geht. Mit Auflagen- und Nutzungsdaten der IVW, MA und AGOF, Preisinformationen der Verlagsangebote sowie Werbemarktdaten von Nielsen Media Research bietet das Portal eine nirgendwo sonst vorhandene Datenvielfalt rund um die gedruckten und digitalen Angebote der deutschen Verlage. Mit runderneuertem Analysepanels und einer noch engeren Zusammenführung der Print- und Digitaldaten soll diese Informationsvielfalt in Zukunft noch einfacher gestaltet werden.

„Dabei haben wir intensiv auf das Feedback unserer Nutzer gehört“, so Lutz Drüge, Senior Director Print und Digitale Medien im VDZ und zuständig für PZ-Online. Zentraler Gedanke der Neugestaltung sei es gewesen, die Möglichkeiten von PZ-Online zur Analyse der einzelnen Datenquellen auf einen Blick aufzuzeigen. Langes Suchen und unnötige Klicks sollen den Nutzern so erspart werden. Dafür wurden neue Such- und Auswahlmasken entwickelt und die Navigationsstruktur des Analyse-Bereichs entschlackt. Neue Funktionen, wie das Abspeichern individueller Analyse-Konfigurationen ergänzen in Zukunft das Angebot von PZ-Online und erleichtern den Abruf wiederkehrender Analyse-Aufgaben zusätzlich.

Die Anpassung der technischen Basis im Analyse-Bereich soll nur der erste Schritt einer größer angelegten Produktmodernisierung sein. „Wir planen derzeit für den Herbst 2017 einen optischen Rebrush der gesamten Seite“, so Lutz Drüge. Damit soll PZ-Online noch attraktiver für Nutzer wie Verlage werden und auch in Zukunft auf dem Stand der Technik bleiben.

Um die Nutzer kontinuierlich auf dem Laufenden zu halten und Hilfe bei der Datenanalyse zu geben, wurde bereits im Herbst des vergangenen Jahres ein eigener Datenblog unter blog.pz-online.de gestartet. Hier werden die Nutzer über neue Daten in PZ-Online und allgemeine Trends der Medienbranche auf dem Laufenden gehalten und mit tiefgehenden Datenanalysen versorgt. Ein eigener Newsletter sorgt für regelmäßige Updates. Dieser Content soll in Zukunft auf PZ-Online eine noch größere Rolle spielen und die gerade gestartete Content Marketing-Offensive des VDZ verstärken.

PZ-Online umfasst derzeit Daten zu mehr als 600 Printtiteln sowie über 100 digitalen Dachmarken, bestehend aus rund 300 Einzelangeboten. Hinzu kommt ein umfassender historischer Datenbestand. Für alle Angebote können Print- und Digital-Daten aus IVW, der Nielsen Anzeigenstatistik, Print- und Digitalreichweiten der MA Presse und AGOF digital facts sowie Tarifinformationen vom Mediaservice Wasmuth abgerufen und ausgewertet werden.

Die technische Konzeption und Umsetzung sowie die Betreuung des Portals erfolgt durch newport it.

Weitere Informationen:

Peter Klotzki

Tel: +49 (30) 72 62 98-162

E-Mail: p.klotzki@vdz.de

Internet: www.vdz.de

Facebook: www.facebook.com/VDZPresse

Twitter: www.twitter.com/VDZPresse

Über den VDZ:

Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. ist die Interessenvertretung der deutschen Zeitschriftenbranche. Als Dachverband, organisiert in drei Fachverbänden (Fachpresse, Konfessionelle Presse, Publikumszeitschriften) und fünf Landesverbänden, repräsentieren seine 490 Mitgliedsverlage mit mehr als 3.000 Zeitschriften rund 80 Prozent des deutschen Zeitschriftenmarktes. Als Dienstleistungsverband bietet der VDZ den Verlagen ein breites Spektrum an Beratungs-, Informations- und Serviceleistungen in allen Bereichen des Verlagsgeschäftes (Anzeigen, Vertrieb, Digitale Medien, Rechtsfragen, Betriebswirtschaft, Umwelt und Papier). Als Wirtschaftsverband engagiert er sich auf deutscher und europäischer Ebene für die Wahrung und Berücksichtigung der Interessen von Verlagen. Und als Arbeitgeberverband führt er im Auftrag der Landesverbände für die Verleger die Tarifverhandlungen mit den Gewerkschaften für Redakteure. Darüber hinaus leistet der VDZ mit der VDZ Akademie einen wesentlichen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche. Weitere Informationen im Internet unter: www.vdz.de www.publishers-summit.de www.pz-online.de www.deutsche-fachpresse.de www.vdz-akademie.de www.editorial.media www.presse-verkauf.de