

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 21. Juni 2018

DSGVO entschärfen, E-Privacy-Verordnung stoppen!

Kongress Zeitung Digital 2018: BDZV-Vizepräsident Thomas Düffert fordert faire Rahmenbedingungen für digitalen Journalismus

„Ohne Daten keine Werbung, ohne Werbung kein Journalismus und ohne Journalismus keine echte Demokratie. Wir müssen uns als Verlage gemeinsam und mit aller Kraft dafür einsetzen, dass der Irrsinn namens DSGVO entschärft und dass der Wahnsinn namens E-Privacy-Verordnung gestoppt wird.“ Das sagte **Thomas Düffert**, Vizepräsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung der Madsack Mediengruppe, zum Auftakt des von BDZV und Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-IFRA) veranstalteten Kongresses „Zeitung Digital 2018“ in Berlin.

Auch in der digitalen Welt blieben Werbeerlöse für Verlage und Medienhäuser neben den sich langsam entwickelnden Bezahlmodellen die wichtigsten Einnahmequellen. Verlage brauchten aber faire Rahmenbedingungen, um mit digitalen Werbeerlösen digitalen Journalismus finanzieren zu können, betonte Düffert vor rund 300 Verlegern, Geschäftsführern, Verlags- und Digitalverantwortlichen, die heute und morgen in Berlin zusammenkommen, um über die virulenten Themen im Markt zu diskutieren.

Düffert stellte insbesondere die Bedeutung des Lokaljournalismus für Demokratie und Meinungsfreiheit heraus: „Der Lokaljournalismus ist die Königsdisziplin. Unbestechliche, leidenschaftliche Lokaljournalisten machen Dummschwätzern, Demagogen und Populisten das Leben schwer.“ Dieser Journalismus müsse jedoch finanzierbar bleiben. Facebook und Co. hingegen gehe es nicht um Meinungsfreiheit, sondern um Marktmacht.

Kevin Beatty, WAN-IFRA-Vizepräsident und CEO dmg media, London, wies in seiner Rede darauf hin, wie wichtig es sei, die Kundenbeziehung mit den Nutzern im digitalen Umfeld zu vertiefen und an die eigenen Stärken, etwa das Storytelling, zu glauben. Dabei könnten Verlage durchaus von Amazon und anderen Plattformen lernen.

Die Antwort auf die Marktdominanz insbesondere der US-Player kann laut **Jan Oetjen**, Vorstand Consumer Applications United Internet, nur die Bildung von Allianzen sein. In seiner Keynote „Nutzer, Daten, Allianzen – Wie entwickelt sich das digitale Business?“ erklärte Oetjen, Verlage müssten übergreifende Log-in-Plattformen schaffen.

Ein weiteres Highlight am Vormittag des ersten Kongresstages war die Keynote von **Robin Govik**, Chief Digital Officer Mittmedia, Göteborg, zu Digital-Abonnements „Data rules: analytics drive digital subscriptions“. Govik zeigte sehr anschaulich, wie sein Medienhaus maßgeschneiderten Content für die Nutzer erstelle, auch mit Unterstützung von Roboterjournalismus.

Der Kongress Zeitung Digital 2018, zum 18. Mal gemeinsam von BDZV und WAN-IFRA veranstaltet, steht in diesem Jahr ganz im Zeichen von Paid Content, Data Driven Publishing, Künstliche Intelligenz, Social Publishing, Start-ups und Blockchain in den Verlagen und um Innovationen im lokalen Geschäft.

Als Experten am ersten Tag außerdem auf dem Podium: **Nils von der Kall**, Verlagsleiter Marketing und Vertrieb ZEIT Verlagsgruppe, Hamburg; **Tobias Henning**, General Manager Premium, BILD, Berlin; **Frank Schmiechen**, Chefredakteur Gründerszene; **Freya Oehle**, Gründerin, Beraterin für Automatisierung und Datenverarbeitung; **Felix Friedrich**, CEO und Co-Founder The Buzzard, Esslingen; **Julia Köberlein**, Geschäftsführung Kontextlab, München; **Gregor Landwehr** COO und Co-Founder Content Flow, Berlin

Moderiert wird der Kongress von **Nadine Rosenkranz**, Leitung Produktmanagement/Sales Marketing beim sh.z Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag, und **Peter Stefan Herbst**, Chefredakteur der „Saarbrücker Zeitung“.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#). Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](#) und Instagram [die_zeitungen](#)

Kontakt: BDZV, Hans Hendrik Falk, Verantwortlicher Redakteur Verbandskommunikation, Telefon 030/726298-233, E-Mail falk@bdzv.de