

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

Berlin, 5. Februar 2020

Paid Content ist für alle Verlage ein zentrales Thema

BDZV und Unternehmensberatung SCHICKLER präsentieren Studie „Trends der Zeitungsbranche 2020“

Die Auspielung von redaktionellen Inhalten über digitale Kanäle trägt immer deutlicher zu den Vertriebs- und Werbeerlösen der Zeitungsunternehmen in Deutschland bei. Während die Verlage bei E-Paper und Paid Content ein starkes Wachstum erwarten, dürften die Erlöse beim Verkauf der gedruckten Zeitungen erstmals leicht rückläufig ausfallen. Gleiches gilt, wenn auch weniger stark ausgeprägt, für die Werbeerlöse aus Digital und Print. Dies ist eines der wesentlichen Ergebnisse der repräsentativen Studie „Trends der Zeitungsbranche 2020“, die der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) am 5. Februar 2020 in Berlin gemeinsam mit der Unternehmensberatung SCHICKLER vorgestellt hat. Die Studie identifiziert drei Trends:

1. Digital First: Knapp die Hälfte der Unternehmen richtet Prozesse und Strategien bereits heute ganz auf Digital aus; in drei Jahren werden sich 80 bis 90 Prozent der Verlagshäuser wesentlich auf digitale Kanäle fokussieren. Während heute ein Zehntel der Unternehmen die Rückgänge in Print durch digitale Erlöse kompensiert, erwartet dies in fünf Jahren die Hälfte der Befragten.
2. Digitale Abonnementmodelle als Kern der Vertriebsstrategie: Paid Content beginnt zu greifen, dabei ist Freemium weiterhin das populärste Modell. Für fast alle Verlage hat Paid Content eine hohe Relevanz.
3. Neue Formate – neue Produkte: Podcasts und redaktionelle Newsletter funktionieren für die Unternehmen besonders gut. Sie integrieren sich mühelos in die Transformation hin zu digitalen Erlösen und Prozessen.

„Der BDZV begleitet diesen strukturellen Change der Branche sehr eng“, sagt dazu BDZV-Geschäftsführerin **Katrin Tischer**. „Sehr bewusst haben unsere Mitglieder beim Kongress im vergangenen September für die Umbenennung in Bundesverband *Digitalpublisher* und Zeitungsverleger votiert.“ Dank der Digitalisierung und des zunehmenden Einsatzes von Künstlicher Intelligenz in allen Unternehmensbereichen könnten die Verlage einen immer besseren Service für ihre Leser und Nutzer wie für ihre Kunden aus Wirtschaft und Werbung leisten.

Dr. Christoph Mayer, Associate Partner bei der Unternehmensberatung SCHICKLER, führt aus, dass die Ergebnisse der Trendstudie „unsere Erfahrungen in aktuellen Projekten und Gesprächen mit Top-Entscheidern der Verlage widerspiegeln“. Der Wandel hin zu Digital First und Paid Content sei die wohl stärkste Veränderung von Organisationsmodellen, Prozessen und Geschäftsmodellen der Verlage seit Jahrzehnten – und eine große Herausforderung. „Gleichzeitig ist diese Veränderung eine tolle Chance und Ermutigung: Das Geschäftsmodell Journalismus kann im Digitalen funktionieren.“

An der Studie „Trends der Zeitungsbranche 2020“ haben 79 Verleger und Geschäftsführer, 39 Chefredakteure und 14 Digital-Publisher teilgenommen. Sie repräsentieren nach Auflage gut die Hälfte (58 Prozent) der Tageszeitungen in Deutschland.

Charts mit allen Ergebnissen sowie Bilder von der heutigen Pressekonferenz können Sie unter www.bdzv.de herunterladen.

Kontakt BDZV: Anja Pasquay, Telefon 030/726298214, E-Mail pasquay@bdzv.de

Kontakt SCHICKLER: Dr. Christoph Mayer, Telefon 0178/3866532, E-Mail c.mayer@schickler.de; Felix Trumm, Telefon 0178/3866522, E-Mail f.trumm@schickler.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) oder Instagram [bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de) bzw. <https://twitter.com/schickler1>