



PRESSEMITTEILUNG

Zuversicht in erfolgreiche Digitalisierung wächst / Corona-Pandemie beschleunigt Umbau der Verlagshäuser

BDZV und SCHICKLER präsentieren Trends der Zeitungsbranche 2021
Berlin, 9. Februar 2021

Paid Content ist für die Unternehmen der Digitalpublisher- und Zeitungsbranche weiterhin das zentrale Thema. 85 Prozent schätzen die Bedeutung von Paid Content als strategisch hoch oder sogar existenziell ein. Binnen drei Jahren, so die Erwartung der Verlage, wird sich der Anteil des digitalen Kerngeschäfts am Gesamtumsatz verdoppeln. Zugleich steigt die Zuversicht, dass Rückgänge im Printbereich durch die Digitalerlöse in fünf Jahren kompensiert werden können.

Dies ist eines der wesentlichen Ergebnisse der repräsentativen Studie „Trends der Zeitungsbranche 2021“, die der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) am 9. Februar 2021 in Berlin gemeinsam mit der Unternehmensberatung SCHICKLER vorgestellt hat. Die Studie identifiziert drei starke Trends:

- Das Subscription-Modell wird immer stärker ins Digitale übertragen. Die Verlage forcieren Paid Content und erwarten jenseits von Print wachsende Abonnement-Zahlen (plus 47) Prozent binnen drei Jahren.
- Technologie: 90 Prozent der Verlage planen, künftig zunehmend in das technologische Umfeld zu investieren; 76 Prozent der befragten Unternehmen schätzen das Arbeiten mit Daten, Algorithmen und Künstlicher Intelligenz als hoch relevant oder existenziell relevant ein.
- Kooperationen und Allianzen: 96 Prozent der Verlage planen in Zukunft Kooperationen einzugehen, dies insbesondere im Digitalgeschäft und in der Logistik.

„Die Entwicklung in den Vorjahren hat sich etabliert“, sagt dazu BDZV-Geschäftsführerin **Katrin Tischer**. „Das Digitalgeschäft steht immer mehr im Fokus der Zeitungsverlage. Dabei zeigt sich ein Dreiklang aus Paid Content-Inhalten, Technologie als Treiber der Transformation sowie die wachsende Bereitschaft, Allianzen und Kooperationen einzugehen. Das ist ein kraftvolles Zeichen für die Zukunft der Branche und vermittelt viel Zuversicht.“

Dr. Christoph Mayer, Partner bei der Unternehmensberatung SCHICKLER, führt aus: „Die Frage des führenden zukünftigen Geschäftsmodells der Verlage ist entschieden. Der digitale Journalismus wird die Verlage in die Zukunft bringen – eine gute Nachricht. Der Großteil der Verlage hat diesen Weg eingeschlagen und verfolgt ihn mit Hochdruck. Neben exzellentem Journalismus bedarf es hierfür Technologie, Algorithmen und Künstlicher Intelligenz – auch das zeigt die Trendumfrage klar.

Neben der Transformation und der weiteren Digitalisierung der Branche stehen auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie im Fokus der Trendumfrage 2021. Während die Abonnements in der Pandemie stabil bleiben und die Werbeerlöse sinken, geht die Branche von starken Zuwächsen beim Digitalgeschäft aus: 97 Prozent der Verlage geben an, in der Corona-Zeit beschleunigt ihre Arbeitsorganisation verändert zu haben. Dabei stellen 62 Prozent der Verlage durch die Veränderungen in der Pandemie eine gestiegene Effizienz ihrer Prozesse fest. Auch der Umstieg aufs mobile Arbeiten scheint keine größeren Probleme zu bereiten: 84 Prozent der Verlage sehen keine wesentliche Beeinträchtigung der redaktionellen Arbeit durch die veränderte Arbeitssituation in der Pandemie.

An der Studie „Trends der Zeitungsbranche 2021“ haben 67 Verleger- und GeschäftsführerInnen, 32 ChefredakteurInnen und 30 Digital-PublisherInnen teilgenommen. Sie repräsentieren nach Auflage gut die Hälfte (59 Prozent) der Tageszeitungen in Deutschland.

Charts mit allen Ergebnissen können Sie unter www.bdzv.de herunterladen.

Kontakt BDZV:

Alexander von Schmettow, Telefon 030/726298-210, E-Mail schmettow@bdzv.de

Anja Pasquay, Telefon 030/726298-214, E-Mail pasquay@bdzv.de

Kontakt SCHICKLER:

Dr. Christoph Mayer, Telefon 0178/3866532, E-Mail c.mayer@schickler.de

Jan Paap, Telefon 0178/3866566, E-Mail j.paap@schickler.de

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