



Bundesverband  
Digitalpublisher und  
Zeitungsverleger

## PRESSEMITTEILUNG

### Der richtige Umgang mit Google, Facebook & Co BDZV-Digitalkongress beBETA am 17. Juni im Livestream

Berlin, 11. Juni 2021

Der BDZV richtet am 17. Juni zum dritten Mal den Digitalkongress „beBETA – journalism in progress“ aus. Im vergangenen Jahr schalteten sich über 1.000 Zuschauer bei der erstmals virtuell ausgetragenen #beBETA ein. Auch in diesem Jahr findet beBETA pandemiebedingt online statt- live aus den Berliner UFA-Studios.

Eröffnet wird beBETA von **Thomas Düffert**, Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung der Madsack Mediengruppe und zugleich Vizepräsident des BDZV: „In der Frage, ob Journalismus auch im Digitalen ein Geschäftsmodell sein kann, befinden wir uns in einer entscheidenden Phase. Es gibt viel zu diskutieren“, sagte Düffert im Vorfeld des Kongresses, zu dem sich bereits rund 700 Teilnehmer registriert haben.

Ein Schwerpunkt des Kongresses ist die Frage, wie Verlage mit den großen Plattformen umgehen sollen. Nutzen Google, Facebook und Apple ihre Macht aus, um andere Marktteilnehmer auszugrenzen? Kann unter solchen Voraussetzungen ein fairer Wettbewerb funktionieren?

Microsoft arbeitet mit europäischen Presseverlegern an einer Lösung, die sicherstellt, dass die Nutzung von Inhalten durch marktbeherrschende Gatekeeper bezahlt wird. **Casper Klyng**, Vice President European Government Affairs von Microsoft, präsentiert seine Vorstellung von einem funktionierendem digitalen Ökosystem.

Nach den tödlichen Anschlägen auf Moscheen in Christchurch im Frühjahr 2019 ist die neuseeländische Tageszeitung „Stuff“ nicht mehr auf Facebook und Instagram präsent. Verlegerin **Sinead Boucher** gibt Einblicke, wie sie das Verhältnis zu den großen Plattformen gestaltet, um für ihren Verlag ein tragfähiges Geschäftsmodell zu etablieren.

Wieviel Nähe zu den Plattformen nützt den Verlagen? Wann nehmen sie die Luft zum Atmen und die Chance auf eigene lukrative Marktzugänge? Wie sieht eine effektive Regulierung von Plattformen aus? Reicht das Leistungsschutzrecht aus oder brauchen Verlage zusätzliche individuelle Vereinbarungen? **Dr. Mathias Döpfner**, BDZV-Präsident und Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE, erläutert, was aus seiner Sicht notwendig ist, um den Wettbewerb fair und offen zu gestalten.

Wissenschaft meets Medien – noch nie war Wissenschaftsjournalismus für die Gesellschaft so wichtig und so prominent in den Medien vertreten. Mit dem NDR-Podcast „Coronavirus Update“ wurde

Wissenschaft in der Pandemie populär. Wie muss Wissenschaft in den Medien „übersetzt“ werden? Wie können Wissenschaft und Medien noch besser Hand in Hand arbeiten, um die Menschen optimal zu informieren? NDR-Redakteurin Korinna Hennig und die Virologin **Professor Dr. Melanie Brinkmann** werden auf diese und weitere Fragen eingehen.

**Kai Diekmann** ist Gründer von Storymachine. Die PR-Agentur berät u.a. Parteien hinsichtlich ihrer Social-Media-Strategie. Was müssen die Parteien im Bundestagswahlkampf tun, um ihre Botschaften ans Publikum zu bringen?

Wie Medienhäuser mit digitalen Inhalten Geld verdienen können, ist die Dauerbrenner-Frage. Das „Wall Street Journal“ ist die bedeutendste Wirtschaftszeitung der Welt mit 3,2 Millionen Abonnenten. Eine wichtige Erlössäule ist das digitale Angebot mit inzwischen über 2,5 Millionen Digital-Abonnenten und einer Wachstumsrate von 23 Prozent. **Suzi Watford**, Executive Vice-President Consumer Dow Jones, wird die Conversion- und Retention-Strategie erläutern. Im anschließenden Expertengespräch diskutieren **Marco Boselli**, Geschäftsführer Tamedia, **Cai Tore Philippsen**, Managing Editor FAZ.NET und **Thomas Schultz-Homberg**, CEO DuMont Regionalmedienverlag, wie sie den digitalen Journalismus als tragfähiges Geschäftsmodell etablieren wollen.

Wie funktioniert die digitale Vermarktung heute? Wie viele Nutzerdaten sind für Verlage notwendig? Welchen Einfluss hat das Cookie-Sterben auf das digitale Geschäftsmodell? Wird Werbung künftig wieder über Umfelder ausgesteuert? **Jan Ippen**, Gründer und Geschäftsführer von Ippen Digital, erläutert im Interview, wie sich Reichweite erfolgreich vermarkten lässt.

Der stark wachsende Audiokonsum bietet Verlagen eine große Chance für die Verbreitung ihrer redaktionellen Inhalte. Als Experte dazu gibt **Bernhard Bahners**, Geschäftsführer RND und radio.de, Einblicke in erfolgreiche Audio-Strategien.

Abschließend wird in einem Expertengespräch diskutiert, was es heute heißt, Chefredakteurin oder Chefredakteur zu sein. Wie verändert sich durch die Digitalisierung ihr Rollenverständnis? Die Rolle der Chefredakteurin und des Chefredakteurs zwischen Inhalten, Daten und Geschäft, diskutieren **Dr. Sarah Brasack**, stellvertretende Chefredakteurin Kölner Stadt-Anzeiger, **Christoph Linne**, Chefredakteur Nordsee-Zeitung und **Sebastian Matthes**, Chefredakteur Handelsblatt.

Moderiert wird der Digitalkongress beBETA von **Hannah Suppa**, Chefredakteurin Leipziger Volkszeitung und **Lars Haider**, Chefredakteur Hamburger Abendblatt. Die eintägige Web-Konferenz wird für BDZV-Mitglieder und interessierte Medienschaffende kostenlos angeboten.

**Kontakt:** BDZV, Holger Kansky, Leiter Digitales & Vermarktung, Telefon 030/726298-213, E-Mail [kansky@bdzv.de](mailto:kansky@bdzv.de)

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdZvPresse](https://twitter.com/BdZvPresse) und Instagram [bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de)