



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Verlage ergreifen aktiv Strategien für den Wandel von Print- zu Digitalkunden/ Optimierte Nutzererfahrung/ Wettbewerb um digitale Talente

BDZV und SCHICKLER präsentieren Trends der Zeitungsbranche 2023

Berlin, 7. Februar 2023

Digitale Abonnement-Erlöse/Paid Content sind für die Unternehmen der Digitalpublisher- und Zeitungsbranche wie schon in den beiden Vorjahren zentrales Thema und größte Wachstumschance. Zu den größten Risiken zählen hingegen in den kommenden Jahren die steigenden Kosten in der Zustellung und der Fachkräftemangel.

Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der repräsentativen Studie „Trends der Zeitungsbranche 2023“, die der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) heute in Berlin gemeinsam mit der Unternehmensberatung SCHICKLER vorgestellt hat. Die Studie identifiziert drei starke Trends:

- Verlage gestalten den Wandel von Print- zu Digitalkunden: 75 Prozent verfolgen beispielsweise aktive Strategien, um Print-Abonnenten für das E-Paper zu gewinnen; dabei sehen 93 Prozent der Verlage die Bedeutung des E-Papers gegenüber den Vorjahren sogar noch als gewachsen an. Während es hier vor allem um die Umwandlung bestehender Print-Abonnements geht, spielen bei der Gewinnung von Neukunden gezielte Paid-Content-Angebote die zentrale Rolle.
- Die Nutzererfahrung (Customer Experience) wird weiter verbessert: Für 57 Prozent der befragten Unternehmen liegt die Priorität darin, die Zahl digitaler Abschlüsse zu steigern, auf Platz zwei und drei der relevanten Ziele folgen die Vermeidung von Kündigungen und das Etablieren von Nutzungsgewohnheiten, wie sie bisher bei gedruckten Zeitungen typisch waren. Voraussetzung dafür sind nicht nur Optimierungen bei Übersichtlichkeit, Kundenkommunikation und Preis, sondern auch neue Erzähl- und Darstellungsformen. Als inhaltliche Formate planen die Unternehmen in den kommenden drei Jahren neue Podcasts (93 Prozent), Video (91), digitales Storytelling (84), Datenjournalismus (82) und konstruktiven Journalismus (80). 49 Prozent der Verlage wollen binnen dieses Zeitraums ihre Digitalangebote einem Relaunch unterziehen.
- Beim Wettbewerb um digitale Talente spielt die Unternehmenskultur eine nicht zu unterschätzende Rolle: 67 Prozent der Befragten stimmen „eher zu“, dass ihr Verlag über eine moderne und zukunftsgerichtete Unternehmenskultur verfüge; neun Prozent stimmen sogar „voll und ganz“ zu. Vor diesem Hintergrund haben 98 Prozent Maßnahmen zur Transformation der eigenen Unternehmenskultur bereits umgesetzt/in den kommenden drei Jahren geplant; bei 92 Prozent gilt dies für Maßnahmen zur Stärkung der eigenen Arbeitgebermarke.

„Die Verlage suchen und finden ihre individuellen Wege zu einer modernen und zukunftsgerichteten Unternehmenskultur“, erläutert dazu **BDZV-Geschäftsführerin Katrin Tischer**. „Dabei ergreifen die Häuser zahlreiche Maßnahmen und Initiativen, um den kulturellen Wandel voranzubringen. Unsere neue Trendstudie dokumentiert einige Beispiele von vielen.“

Dr. Christoph Mayer, Partner bei der Unternehmensberatung SCHICKLER, ergänzt: „Die Transformation von Print zu Digital ist eine der größten Herausforderungen für Verlage in den kommenden Jahren. Es gibt zwei Möglichkeiten, diesem Spagat zu begegnen: Abwarten und schauen, was passiert, oder aktiv voranschreiten. Eine ermutigende Nachricht, dass Verlage aktiv gestalten und die Herausforderung annehmen.“

An der Studie „Trends der Zeitungsbranche 2023“ haben 56 Verleger- und Geschäftsführer:innen, 48 Chefredakteur:innen und 27 Digital-Publisher:innen teilgenommen. Sie repräsentieren nach verkaufter Auflage 60 Prozent der Zeitungen in Deutschland.

Charts mit allen Ergebnissen können Sie [hier herunterladen](#).

Kontakt:

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

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

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](#) Instagram [bdzv.de](#) LinkedIn [BDZV](#)