



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

#beBETA 2023: „Nur wer experimentiert, bleibt bestehen“

Der BDZV-Digitalkongress zu Herausforderungen und Erfolgsstrategien für das Digitalgeschäft der Verlage

Berlin, 13. Juni 2023

„Zukunft schreibt man gemeinsam“, formuliert Andreas Schmutterer, Verlagsleiter der Mediengruppe Presse-Druck Augsburg, gleich zum Auftakt der Digitalkonferenz #beBETA 2023 eine der zentralen Aufgaben der Verlagsbranche. Der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) hat zum Branchenkongress am 12. und 13. Juni nach Berlin geladen. Mit den Themen Künstliche Intelligenz (KI), schneller Ausbau der digitalen Strategie und der digitalen Abonnements, publizistische Qualitätssicherung und Digitalvermarktung stehen reichlich Herausforderungen auf der Agenda der Publisher.

Welche massiven Veränderungen für das journalistische Arbeiten und für Medienberufe die neuen KI-Anwendungen mit sich bringen, macht beispielsweise Christoph Keese, Co-CEO hy (Berlin) anhand konkreter Beispiele deutlich. „Die KI wird schnell das Verfassen von routinierten redaktionellen Beiträgen übernehmen und die redaktionelle Produktion automatisieren“, prognostiziert Keese. Aber Journalismus und Verlage könnten einen Boom erleben, „wenn sie das liefern, was kein Bot liefern kann“.

Chancen für Verlage

Genau darin liegt aus Sicht vieler Referenten die große Chance und eine Kernaufgabe der Verlage: guten Journalismus sicherzustellen und die neuen Techniken als Hilfsmittel zu nutzen. Wenn KI zu einem Boom professioneller Deep Fakes und Falschnachrichten führt, bleibe ein geprüftes, verlässliches journalistisches Angebot umso wichtiger, so der Tenor. Und: „Keine KI kann den Skandal im Rathaus aufdecken. Das können nur Journalistinnen und Journalisten“, resümiert Christoph Mayer von der Schickler Unternehmensberatung (Hamburg).

Zusammen mit Katja Fleischmann (dpa) zeigt er am Beispiel des erfolgreichen Verlagsprojekts „Drive“, wie digitaler Journalismus noch besser werden kann. Mehr als 20 Verlage kooperieren hier mittlerweile beim datenunterstützten Publishing und teilen ihre Erkenntnisse. Eine davon: Die Bedürfnisse und Nutzungsgewohnheiten von Leserinnen und Lesern sind der Schlüssel für relevantere Produkte – so relevant, dass Nutzer dafür bezahlen. Personalisierte, bedürfnisorientierte Inhalte, die inspirieren und einordnen, positiver und konstruktiver Journalismus und gut aufbereitete lokale Themen generieren haltbare Digital-Abos, ist die Erfahrung. Und das Fazit: „Wir müssen nicht nur berichten, wir müssen bewegen!“

Neue BDZV-Spitze stellt sich vor

Zum ersten Mal live und gemeinsam präsentiert sich auf der #beBETA-Bühne die im Mai neu und einstimmig gewählte BDZV-Spitze. Die Vorstandsvorsitzenden Sigrun Albert, Matthias Ditzen-Blanke und Stefan Hilscher sowie die Ressortvorstände Lambert Lensing-Wolff (Ressort Journalismus), Malte Wagner (Ressort Recht) und Nico Wilfer (Ressort Trends & Innovation) stellen sich den Fragen der Moderatoren Lars Haider (Chefredakteur Hamburger Abendblatt) und Freya Oehle (Gründerin und CEO Dreitausendsassa, Hamburg). Einhellige Überzeugung: Angesichts der „größten Veränderung für Verlage und Redaktionen, die es je gab“, bedarf es zur Bewältigung der anstehenden Aufgaben der gemeinsamen Anstrengung, um digitalen Journalismus erfolgreich zu gestalten.

Herausforderungen und Lösungsansätze von ChatGTP & Co. bilden auch den inhaltlichen Schwerpunkt des heutigen zweiten Kongresstages bei der #beBETA 2023. Programm und Referenten sind auf der BDZV-Website zu finden: <https://www.bdzv.de/veranstaltungen/bebeta#c40956>

Kontakt:

BDZV, Dr. Andrea Gourd, Telefon: 069/973822-46, E-Mail gourd@bdzv.de

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