



## PRESSEMITTEILUNG

### **Personalisierung wird Paid Content weiter voranbringen/Verlage bauen zunehmend Datenkompetenz auf BDZV und SCHICKLER präsentieren Trends der Zeitungsbranche 2022**

Berlin, 2. Februar 2022

Paid Content ist für die Unternehmen der Digitalpublisher- und Zeitungsbranche wie schon im Vorjahr ein zentrales Thema; neu hinzu kommt 2022 der Treiber Personalisierung als Chance, Inhalte noch erfolgreicher ans Publikum zu bringen: 57 Prozent der Verlage mit einer verkauften Auflage von >100.000 Exemplaren schätzen die Relevanz personalisierter Produkte mit Blick auf die nächsten drei Jahre als strategisch hoch oder sehr hoch ein. Binnen fünf Jahren erwarten dies sogar 83 Prozent. Bei Verlagen mit einer Auflage <100.000 Exemplaren sind die Erwartungen sogar noch größer: Hier billigen binnen drei Jahren 67 Prozent der Personalisierung hohe bis sehr hohe Relevanz zu; in fünf Jahren sind es 91 Prozent.

Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der repräsentativen Studie „Trends der Zeitungsbranche 2022“, die der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) am 2. Februar 2022 in Berlin gemeinsam mit der Unternehmensberatung SCHICKLER vorgestellt hat. Die Studie identifiziert drei starke Trends:

- Personalisierung ist der Booster für Paid Content: Was bei Entertainment und im Handel bereits funktioniert, wird nun auch für die Zeitungsbranche relevant. Verlage bauen Algorithmen für personalisierte Angebote auf. Dabei liegt der Fokus auf Artikelempfehlungen und Newslettern.

- Unterschiedliche Kanäle bei gleichen Inhalten: 88 Prozent der Verlage sehen das E-Paper als wichtige Brücke zu Paid-Content. Die Altersstruktur der E-Paper-Nutzer liegt im Schnitt 20 Jahre unter der der Leser von Print. Online-Abonnenten sind weitere 20 Jahre jünger mit Fokus auf die Mitte 30- bis 40-Jährigen. Neue Angebote wie Podcasts erreichen eine nochmals jüngere Zielgruppe.

- Neue Kompetenzfelder: Digitalkompetenz wird vor allem Inhouse aufgebaut – auch für komplexe Kompetenzen rund um Data Science und Data Analytics. 62 Prozent der Verlage planen dies.

„Redaktionelle Inhalte der Zeitungen sind für alle Menschen interessant, egal welcher Altersstufe, sagt dazu BDZV-Geschäftsführerin **Katrin Tischer**. „Die Altersstruktur bestimmt den passenden Ausgabekanal. Was die ältere Zielgruppe bevorzugt als gedruckte Nachricht konsumiert, bekommen

junge Menschen am liebsten als Podcast auf die Ohren. Für die Zeitungsverlage ist das eine gute Nachricht. Denn es zeigt, dass sie mit ihren Angeboten gedruckt und digital auf dem richtigen Weg sind.“

**Dr. Christoph Mayer**, Partner bei der Unternehmensberatung SCHICKLER, führt aus: „Wir befinden uns in einer hoch dynamischen und spannenden Zeit für Zeitungsunternehmen. Wir stehen kurz vor dem Wendepunkt wieder wachsender Abonnentenzahlen. In wenigen Jahren wird Digital der Kerntreiber der Umsätze und Ergebnisse sein. Dabei ist die Personalisierung des digitalen Angebots die nächste Stufe; hier gehen Verlage ganz neue Wege.“ Beim Thema Personalisierung weist Mayer darauf hin, dass diese in anderen Branchen längst existiere. „Aber wir reden hier nicht von Turnschuhen, sondern von journalistischen Inhalten – und die sind deutlich herausfordernder in der Personalisierung.“ All dies erfordere neue Fähigkeiten: „Wo bisher die Beherrschung des Drucks Kernkompetenz war, wird heute die Beherrschung von Daten und Datenanalysen Kernkompetenz.“

Neben der Transformation und der weiteren Digitalisierung der Branche steht auch das Thema Datenschutz im Fokus der Trendumfrage 2022. 84 Prozent der Verlage bewerten Datenschutz mit einer hohen bis existenziellen Relevanz. Besondere Aufmerksamkeit gilt darüber hinaus dem Recruiting von Mitarbeitern. 68 Prozent der Verlage sehen aktuell im Fachkräftemangel ein ganz erhebliches Problem. Immer wichtiger werden Fragen der Nachhaltigkeit. Hier gehen 84 Prozent der Verlage in den kommenden Jahren von einer hohen Relevanz aus.

An der Studie „Trends der Zeitungsbranche 2022“ haben 71 Verleger- und Geschäftsführer:innen, 39 Chefredakteur:innen und 45 Digital-Publisher:innen teilgenommen. Sie repräsentieren nach verkaufter Auflage 61 Prozent der Zeitungen in Deutschland.

Charts mit allen Ergebnissen können Sie unter [www.bdzv.de](http://www.bdzv.de) herunterladen.

**Kontakt BDZV:**

Anja Pasquay, Telefon 030/726298-214, E-Mail [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de)

**Kontakt SCHICKLER:**

Dr. Christoph Mayer, Telefon 0178/3866532, E-Mail [c.mayer@schickler.de](mailto:c.mayer@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>