

BREMER VERLAGSTAGE 2026

VOM LESENDEN ZUM FAN

Warum die direkte Kundenbeziehung zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor wird

TAG 1

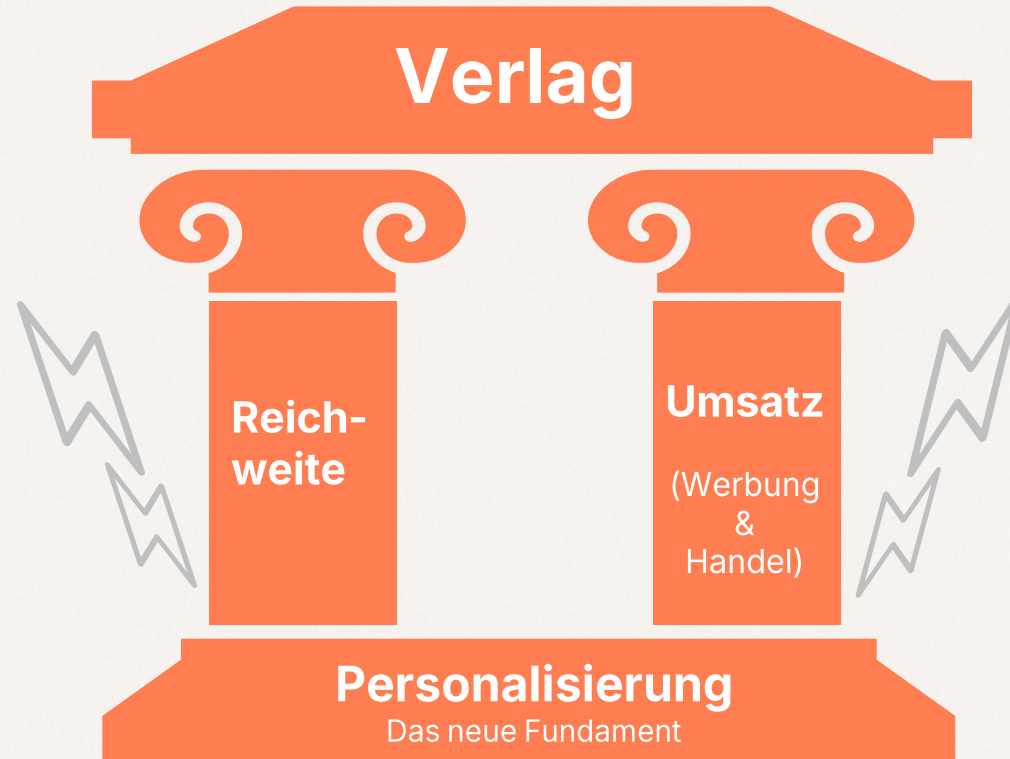
DIE MARKTVÄRÄNDERUNG ZWEI TRAGENDE SÄULEN UNTER DRUCK

Lesermärkte fragmentieren sich

- Aufmerksamkeit verteilt sich über verschiedene Outlets

Werbekunden bauen eigene Ökosysteme

- Daten und Aktivierung ohne Intermediär



Vermittlerrolle erodiert

- Kontrolle über die Kundenbeziehung wandert zu anderen Akteuren

Plattformen übernehmen Reichweite

- Zugang zum Nutzer nicht mehr exklusiv über Verlage

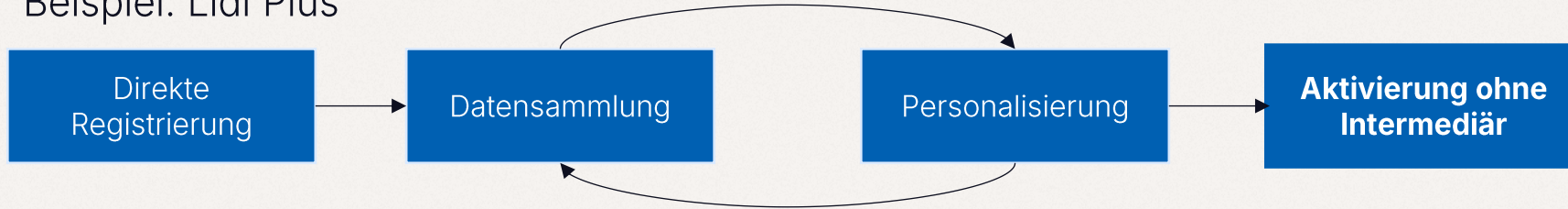
Aus Reichweite wird Beziehung. Aus Daten wird Relevanz – entscheidend ist, wer Zugang und Kontrolle darüber hat.

Der Wettbewerb verschiebt sich: Verlage konkurrieren zunehmend mit ihren eigenen Werbekunden um Daten, Beziehung und Kundenzugang.

BEISPIEL WERBEKUNDEN/HANDEL

AUFBAU EIGENER REICHWEITEN UND DATENÖKOSYSTEME

Beispiel: Lidl Plus



Andere Unternehmen lösen sich schrittweise aus der Abhängigkeit von rein fremder Reichweite, weil sie selbst Kundenzugang, Daten und Aktivierung aufbauen.

- Lidl reduziert klassische Prospekte zugunsten der App – personalisierter, datenbasierter, direkter.
- Verlage verlieren nicht nur Reichweite, sondern auch Werbebudgets



WER DIE BEZIEHUNG KONTROLLIEREN WILL, MUSS DIE INFRASTRUKTUR KONTROLLIEREN

HEUTE

Kontrolle bei anderen

Daten bei Plattformen

Kundendaten liegen ausserhalb Ihrer Kontrolle

Regeln extern definiert

Plattformen bestimmen, wie Daten genutzt und ausgespielt werden

Fragmentierte Sicht auf Nutzende

Keine ganzheitliche Sicht – Nutzende bleiben anonym und isoliert

Eingeschränkte Aktivierung

Begrenzte Möglichkeiten zur Ansprache, Personalisierung und Monetarisierung

Kontrolle fehlt

→ Ohne Kontrolle keine skalierbare Beziehung.

ZIELBILD

Kontrolle bei Ihnen

Eigene Datenbasis

Kundendaten gehören Ihnen und werden von Ihnen genutzt.

Eigene Regeln

Sie bestimmen, wie Daten genutzt, geschützt und ausgespielt werden.

Vollständige Sicht auf Nutzende

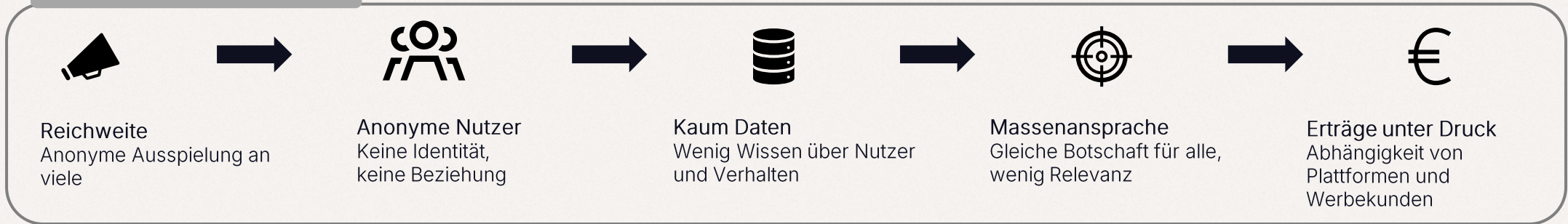
Ganzheitliches Verständnis für individuelle Bedürfnisse und Verhalten.

Direkte Aktivierung

Personalisierte Ansprache über alle Kanäle – schnell, relevant und wirksam.

DIE GEWINNER BAUEN KEINE REICHWEITE - SIE BAUEN BEZIEHUNGSSYSTEME

Bisher: Reichweitenmodell



Zukunft: Beziehungssystem



Community
statt anonymer Traffic



Plattform
statt isolierter Kanäle



Personalisierung
statt Einheitsausspielung

➡ Wenn diese Souveränität gegeben ist, passiert etwas Entscheidendes: **Reichweite wird plötzlich aktivierbar.**

DIGITALE KUNDENBEZIEHUNG IST OHNE DIGITALE SOUVERÄNITÄT NICHT SKALIERBAR

1. DATEN-SOUVERÄNITÄT

Wer besitzt und nutzt Kundendaten?



Eigentum und Kontrolle über Kundendaten sind die Grundlage jeder direkten Beziehung.

2. TECHNOLOGISCHE SOUVERÄNITÄT

Wer bestimmt Systeme, Zugriff und Weiterentwicklung?



Kontrolle über Technologien bedeutet unabhängige Entscheidungen, flexible Innovation und Vermeidung von Abhängigkeiten.

3. RECHTLICHE SOUVERÄNITÄT

Unter welchen Regeln entstehen und bleiben Daten?



Daten müssen unter unseren Werten und Gesetzen entstehen, genutzt und geschützt werden – heute und in Zukunft.

Ohne diese drei Ebenen bleibt Beziehung fremdgesteuert und nicht skalierbar.



Kontrolle schafft Unabhängigkeit.



Unabhängigkeit ermöglicht Beziehung.

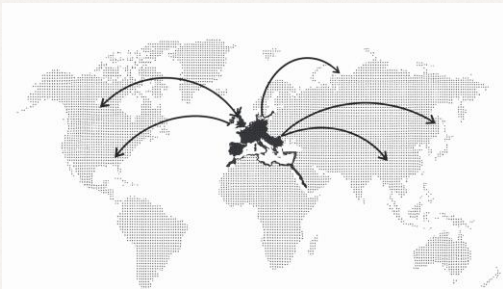


Beziehung schafft neue Erlösmodelle.

WARUM DIGITALE SOUVERÄNITÄT HEUTE ENTSCHEIDEND WIRD

1. Abhängigkeit

Großteil der Technologie **außerhalb Europas.**



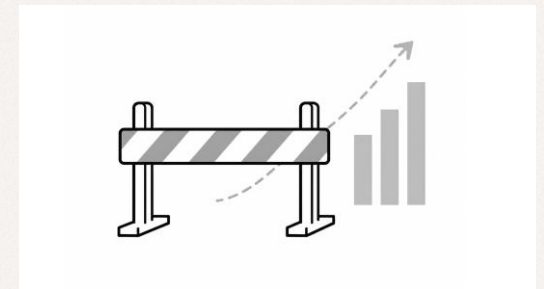
2. Kontrollverlust

Daten, Zugriff und Regeln werden **extern definiert.**



3. Eingeschränkte Handlungsfähigkeit

Innovation, Skalierung und Anpassung sind **begrenzt.**



Digitale Souveränität ist **kein IT-Thema** -
Sondern eine Frage von **Kontrolle und Handlungsfähigkeit.**



Unabhängigkeit sichern.
Handlungsfähigkeit stärken



Kontrolle **behalten.**
Risiken **reduzieren.**



Zukunft **gestalten.**
Wettbewerbsfähigkeit **erhalten.**

ES VERSCHIEBEN SICH NICHT NUR ERLÖSE - SONDERN **KONTROLLE**

Was erodiert



Exklusivität von Reichweite

Andere Plattformen erreichen dieselben Nutzer



Vermittlerrolle

Werbekunden gehen direkt zum Kunden



Wissenshoheit

Daten über Nutzer sammeln andere

Was stattdessen passiert



Plattformen erreichen dieselben Nutzenden

Und besitzen den Zugang.



Werbekunden gehen direkt zum Kunden

Verlage werden übergangen.



Daten über Nutzende liegen bei anderen

Verlage verlieren Wissenshoheit.



Nicht nur Erlöse verschieben sich - sondern Kontrolle über Kundenzugang und Nutzungswissen.

DAS NEUE SPIEL: VOM REICHWEITENMODELL ZUR DIREKTEN KUNDENBEZIEHUNG

Je klarer das Bild der Person, desto besser kann man die Beziehung aufbauen.

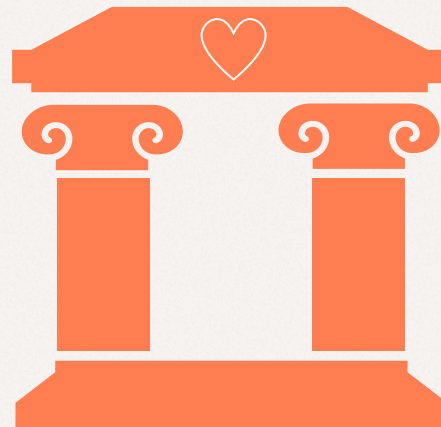
Bisher: Reichweite

Viele anonyme Kontakte



Das neue Spiel

Direkte Kundenbeziehung aufbauen



Daten, Kontext und Interaktionen bilden die Grundlage für echte Beziehung.

Das ermöglicht neue Werte



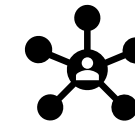
Communities

Statt isolierter Kontakte



Mitgliedschaft

Statt Einmalnutzung



Plattformlogik

Statt Kanaldenken

Erlös entsteht aus Beziehung - nicht aus Reichweite.

BEZIEHUNG SCHLÄGT REICHWEITE

Das Muster erfolgreicher Plattformen – bestätigt am Beispiel Manchester United.

Beispiel Manchester United



+78%
Mehr App-Nutzende

+228%
Mehr Video-Views

+61%
Höheres Engagement

+360°
Fan-Sicht aufgebaut

Branchen-
übergreifend
Dasselbe Prinzip

Ob Sport, Retail oder
Medien – Erfolg entsteht
durch direkte Beziehung,
Datenhoheit und echtes
Nutzerverständnis

Das gemeinsame Muster

Beziehung schlägt Reichweite

- 1 Reichweite vorhanden,
aber keine direkte
Beziehung
- 2 Daten vorhanden – aber
ungenutzt
- 3 Integration +
Personalisierung durch
Daten, Kontext und KI
- 4 Direkte Aktivierung
über eigene Kanäle und
Plattformen



Wertschöpfung entsteht dort, wo **Beziehung**, **Daten** und **Aktivierung** zusammenkommen.

VERLAGE HABEN DIE RICHTIGEN ASSETS ABER SIE WERDEN NICHT SYSTEMATISCH GENUTZT



WAS VERLAGE BEREITS HABEN

- ✓ Vertrauen & starke Marke
- ✓ Redaktionelle Kompetenz
- ✓ Direkter Zugang zu relevanten Zielgruppen
- ✓ Regelmäßige Kontaktpunkte mit Nutzern

Hohe Relevanz und Nähe
zur Zielgruppe



Warum das wertvoll ist

Einzigartige Nähe und
Glaubwürdigkeit
schaffen die ideale
Basis für nachhaltige
Kundenbeziehungen.



WO HEUTE DIE LÜCKE ENTSTEHT

- ⚠ Daten sind vorhanden,
aber nicht integriert
- ⚠ Relevanz bleibt redaktionell, nicht
operationalisiert
- ⚠ Personalisierung ist punktuell,
nicht skalierbar

Relevanz wird nicht in
Beziehung übersetzt

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER FÜR VERLAGE

1. FIRST-PARTY-DATEN AUFBAUEN UND NUTZEN

Datenhoheit sichern, Nutzer verstehen und relevante Insights gewinnen.

3. PERSONALISIERUNG SKALIEREN

Relevante Inhalte, Angebote und Kommunikation individuell ausspielen.

5. ORGANISATION UND PROZESSE VERZAHNEN

Daten, Reaktionen, Produkt und Marketing arbeiten entlang gemeinsamer Ziele.

2. LOGIN- UND ACCOUNT-STRATEGIE ENTWICKELN

Nutzer wiedererkennen, Beziehungen aufbauen und Nutzung verbinden.

4. PLATTFORMLOGIK VERANKERN

Von kanalbasiert zu nutzenzentriert – Produkte und Inhalte vernetzen.

6. KULTUR UND KOMPETENZEN STÄRKEN

Datengetriebene Entscheidungen und experimentelle Denkweise fördern.



Strategie wird wirksam, wenn Daten, Plattform und Organisation zusammenwirken.

BEZIEHUNG WIRD ZUM WETTBEWERBSFAKTOR



Die Frage ist **nicht**,
ob sich das Geschäftsmodell verändert.

Die Frage ist,
ob **Sie die Kundenbeziehung selbst besitzen** –
oder ob Ihre **Systeme** das heute verhindern.



Die Zukunft gehört denen, die **Beziehung, Daten und Technologie** zusammenbringen.

DANKE!



IMPOSSIBLE. DELIVERED.

TEASER TAG 2



**Integrierte
Daten**



**Plattform-
logik**



**Technische
Souveränität**