

A photograph of a stack of old, yellowed newspapers on the left and a white laptop on the right, symbolizing the transition from traditional print media to digital media.

# Digitalisierung der Medien

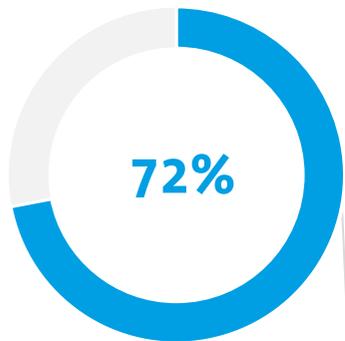
**Achim Berg | Bitkom-Vizepräsident**

Berlin, 22. Juni 2016

**bitkom**

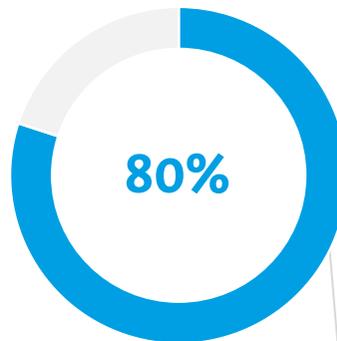
# Digitalisierung verändert Geschäftsmodelle, Produkte und Dienste

Welche Aussagen treffen im Zusammenhang mit der Digitalisierung auf Ihr Unternehmen zu?

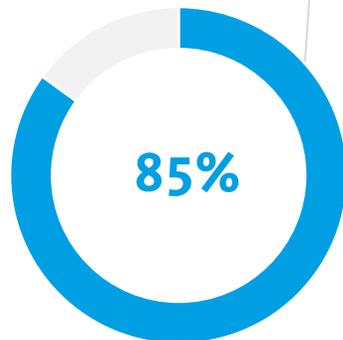


Als Folge der Digitalisierung **verändert sich unser Geschäftsmodell.**

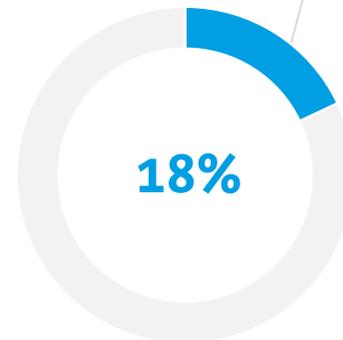
Als Folge der Digitalisierung **passen wir bestehende Produkte bzw. Dienste an.**



Als Folge der Digitalisierung **nehmen wir bestimmte Produkte bzw. Dienstleistungen vom Markt.**



Als Folge der Digitalisierung **bieten wir neue Produkte bzw. Dienstleistungen an.**



**Gesamtwirtschaft 64%**

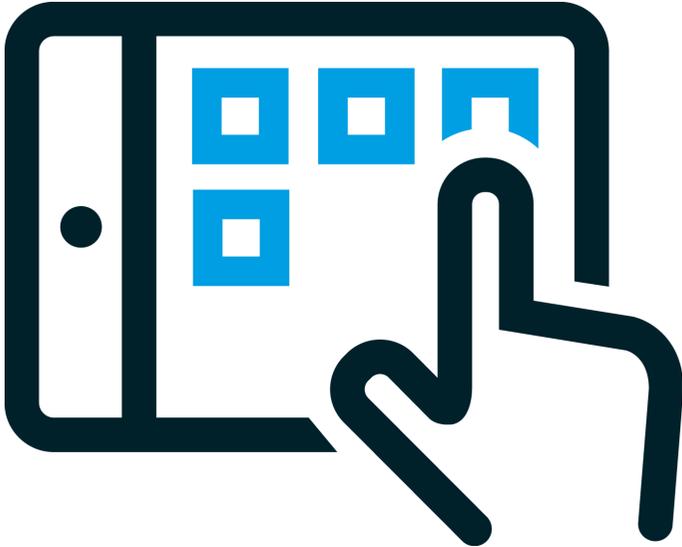
**57%**

**40%**

**12%**

# Digitalwirtschaft ist Wettbewerber

Wie verändern sich Wettbewerb und Kooperationen Ihres Unternehmens durch die Digitalisierung?



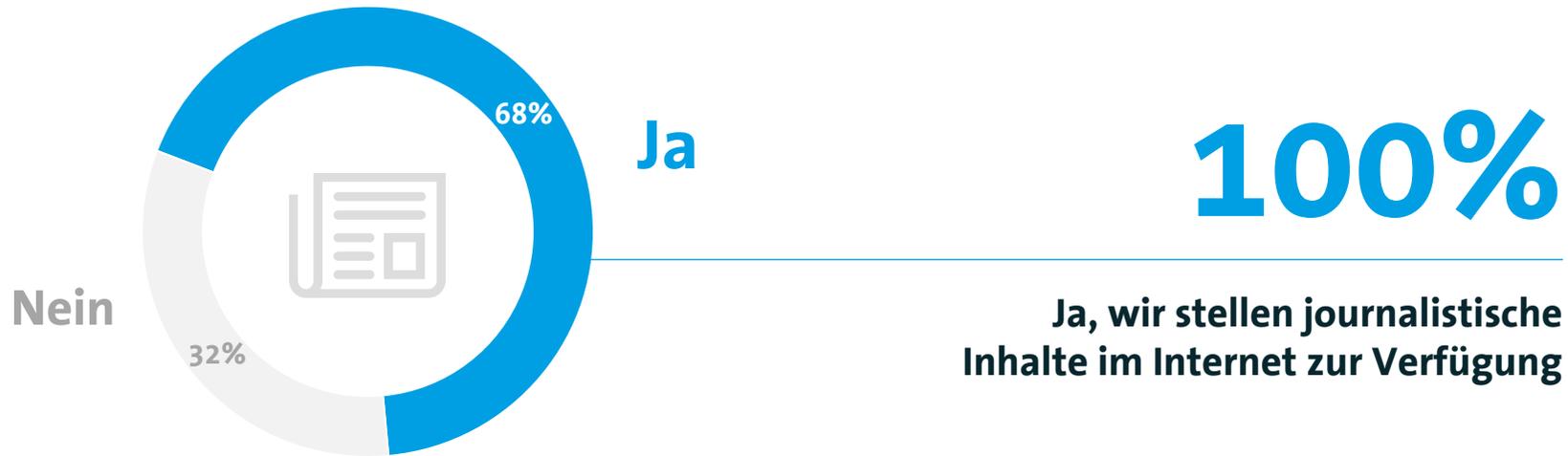
**62%**  
Medien

**52%**  
Gesamtwirtschaft

**Wettbewerber aus der  
Internet- bzw. IT-Branche  
drängen in unseren Markt.**

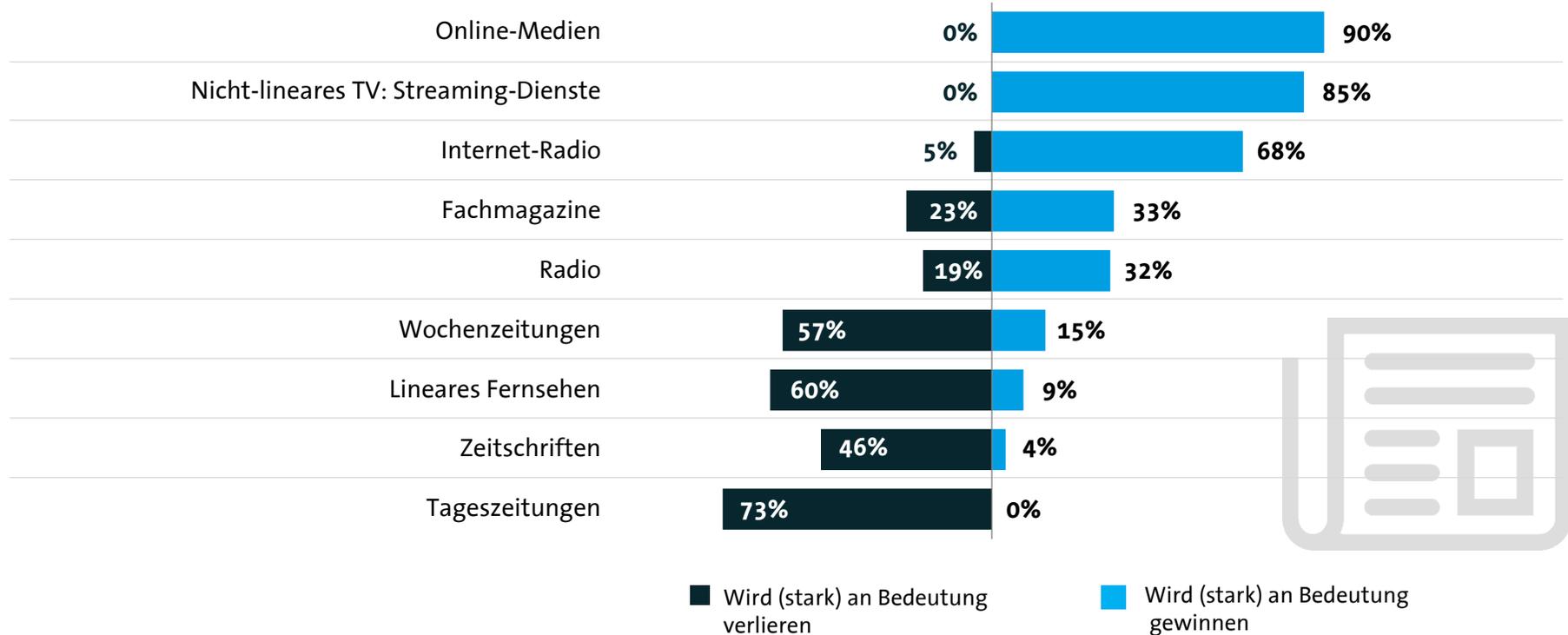
# Der Journalismus kommt am Internet nicht vorbei

Produziert Ihr Unternehmen journalistische Inhalte? Und stellt diese im Internet zur Verfügung?



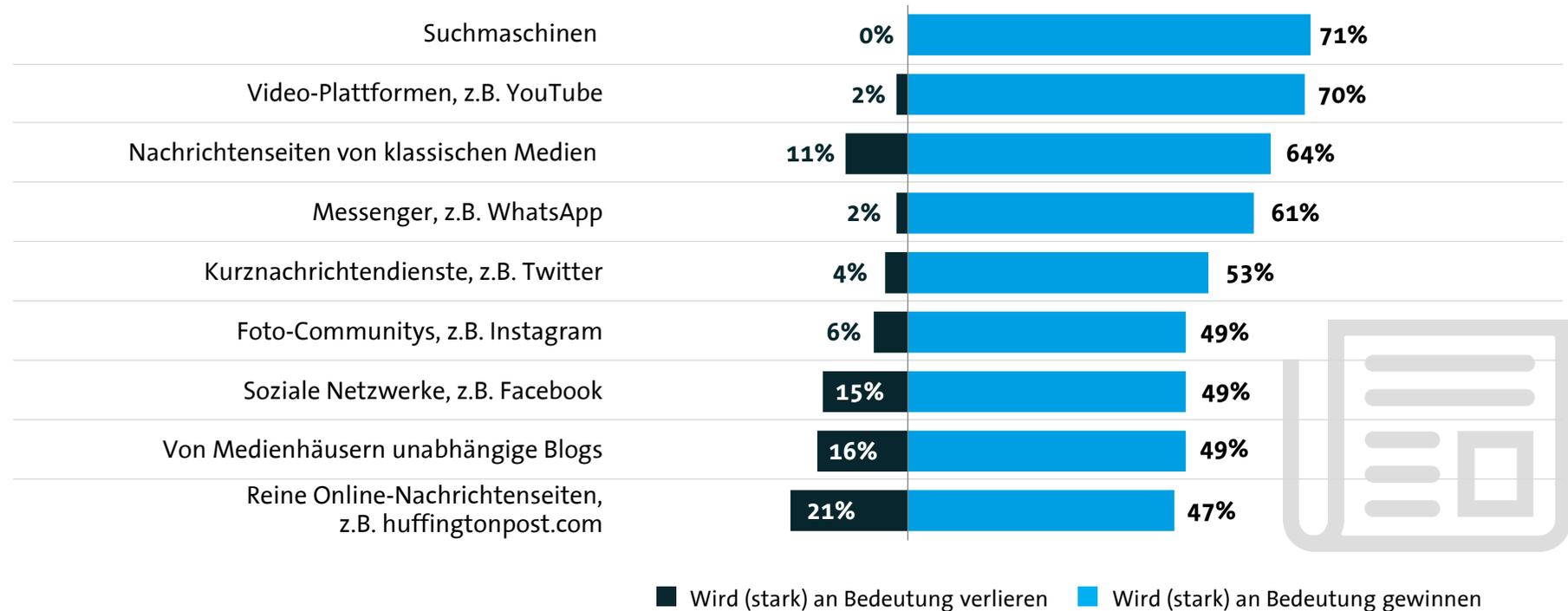
# Online-Medien gewinnen

Wie verändert sich der Stellenwert von Medien für die Verbreitung journalistischer Inhalte?



# Video-Plattformen und Messenger drängen nach vorne

Wie verändert sich der Stellenwert von Online-Medien für die Verbreitung journalistischer Inhalte?



# Livestreaming und Messenger sind im Kommen

Welche Formate zur Verbreitung journalistischer Inhalte auf Online-Plattformen nutzen Sie?

## Facebook



## Twitter



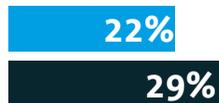
## Livestreaming-Kanäle



## Youtube



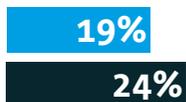
## Instagram



## Pinterest

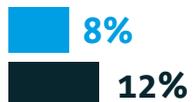


## Whats-App



■ Im Einsatz  
■ Geplant/diskutiert

## Snapchat



## Apple News



# Trend zu mobiler Nachrichtennutzung

Welche Digital-Angebote für journalistische Inhalte bietet Ihr Unternehmen an?



**92%**

**Mobile Website**

**67%**

**Smartphone-App**



**55%**

**Tablet-App**

**25%**

**E-Paper**



# Verlage unter starkem wirtschaftlichem Druck

Welchen Aussagen zu den Folgen der Digitalisierung für den Journalismus stimmen Sie zu?

94%

Die Digitalisierung führt dazu, dass **elektronische Medien (TV, Radio)** unter starken wirtschaftlichen Druck geraten.

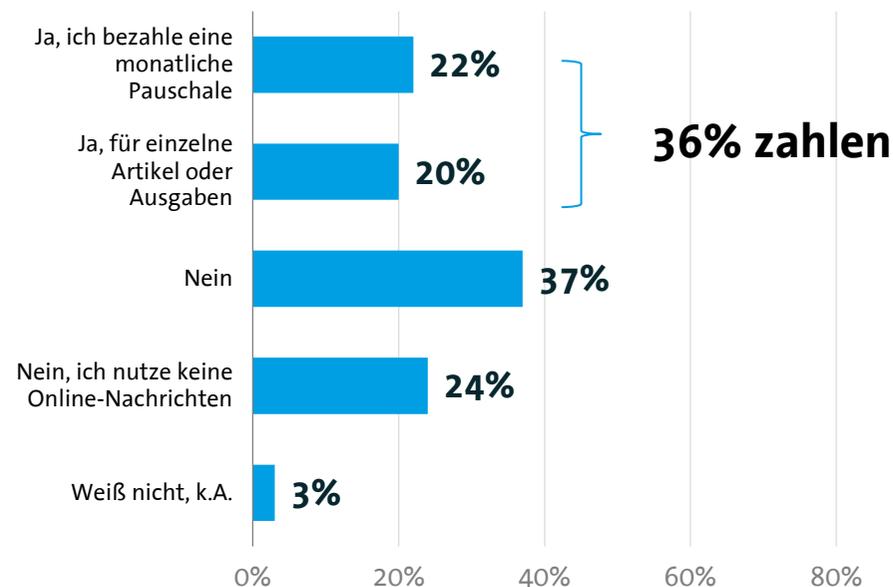


Werbung, Anzeigen und Verkaufserlöse reichen nicht mehr aus, um **klassische Printmedien** zu finanzieren.

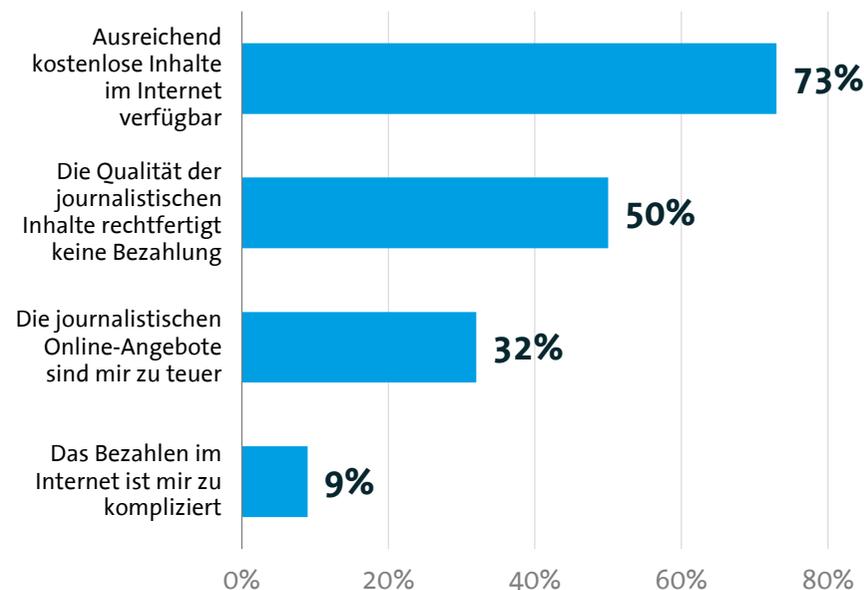
90%

# Zahlungsbereitschaft für Online-Journalismus steigt

Haben Sie in den letzten 12 Monaten für Nachrichten bzw. journalistische Inhalte im Internet Geld bezahlt?



Warum sind Sie nicht bereit, für journalistische Inhalte im Internet Geld auszugeben?



# Abrechnungsmodelle noch nicht flächendeckend etabliert

Welche Abrechnungsmodelle für journalistische Inhalte im Internet setzen Sie ein?

**Sämtliche  
Inhalte  
sind kostenlos**



**59%**

**Freemium-  
Model**

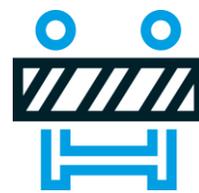
teilweise kostenlos,  
Bezahlung besonders  
hochwertiger Inhalte



**31%**

**Paywall/  
Bezahlschranke**

Nutzer erhalten erst  
nach Bezahlung Zugang  
zu den Inhalten



**15%**

**Metered-Model/  
Kontingentsmodell**

kostenlose Nutzung  
ist mengen- oder  
zeitmäßig beschränkt



**7%**

# Crowdfunding wird wichtige Einnahmequelle

Welchen Stellenwert haben diese Einnahmequellen in 10 Jahren in Ihrem Unternehmen?

## Gewinnt in 10 Jahren (stark) an Bedeutung

1	Digitale Werbung	77%
2	Digitale Verkaufserlöse	49%
3	Crowdfunding	46%
4	Sponsoring	45%
5	Native Advertising	40%
6	Corporate Publishing	32%
7	Klassische Verkaufserlöse	26%
8	Klassische Werbung	14%



# Konkurrenz für die klassischen Medien

Welchen Aussagen zu den Folgen der Digitalisierung für den Journalismus stimmen Sie zu?

---

Die Inhalte von Unternehmen, NGOs, Parteien etc. sind eine Konkurrenz für die klassischen Medienhäuser.

64%

---

Die klassischen Medienhäuser haben ihre Deutungshoheit verloren.

64%

---

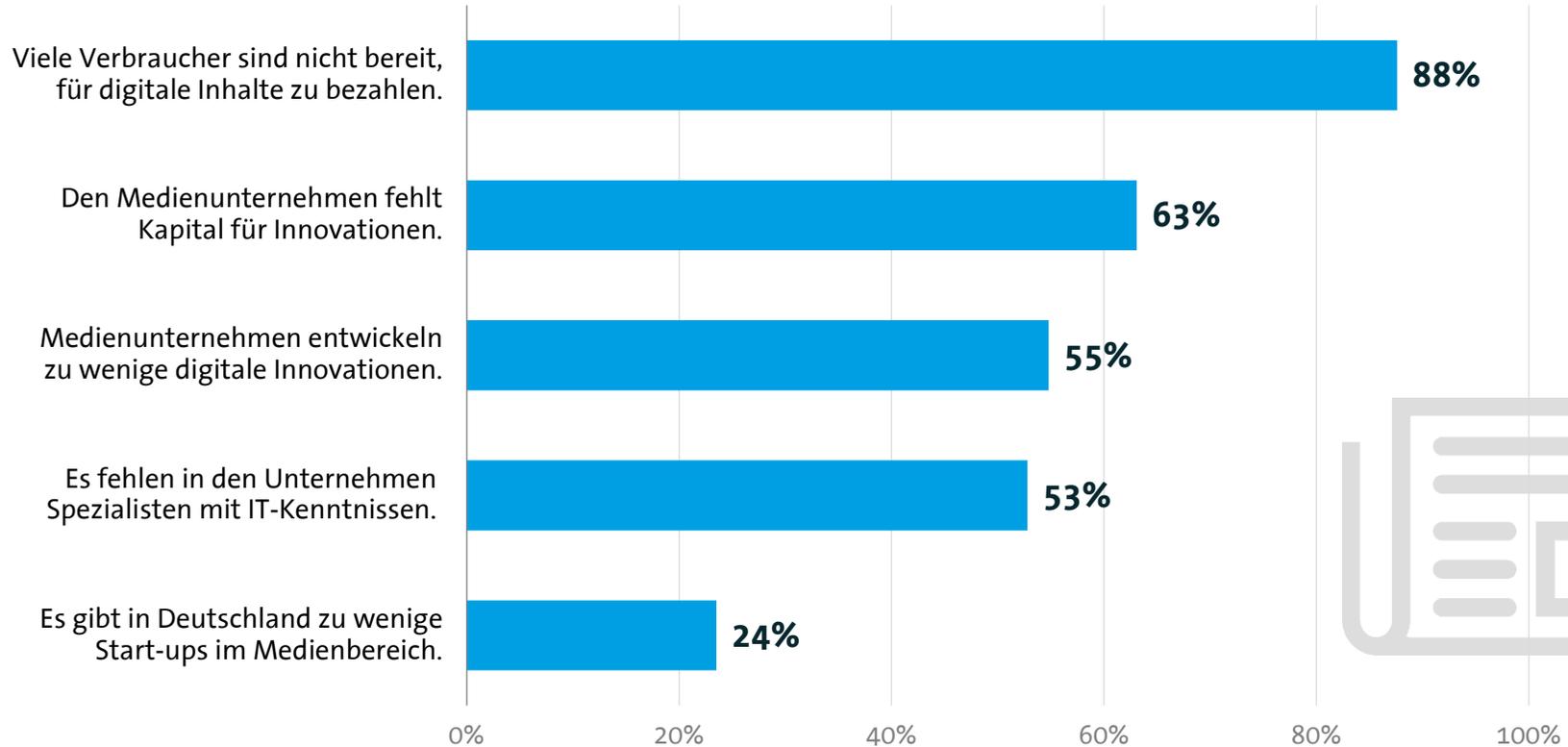
Das Internet hat dazu geführt, dass die klassischen Medienhäuser schwerer mit ihren Inhalten in der Öffentlichkeit durchdringen.

62%



# Medienunternehmen halten sich für risikoscheu

Welche Hemmnisse stehen in Deutschland Innovationen in der Medienbranche entgegen?



# Neue Wege für den Journalismus

Beurteilen Sie, wie verbreitet die folgenden Szenarien in 10 Jahren sein werden

---

Medien bieten neben klassischen journalistischen Inhalten neue Dienste an.

**87%**

---

Journalisten werden als Data Mining Reporter mittels spezieller Software unbekannte Zusammenhänge aufdecken.

**51%**

---

Journalistische Texte werden automatisch von Algorithmen erstellt (Roboter-Journalismus).

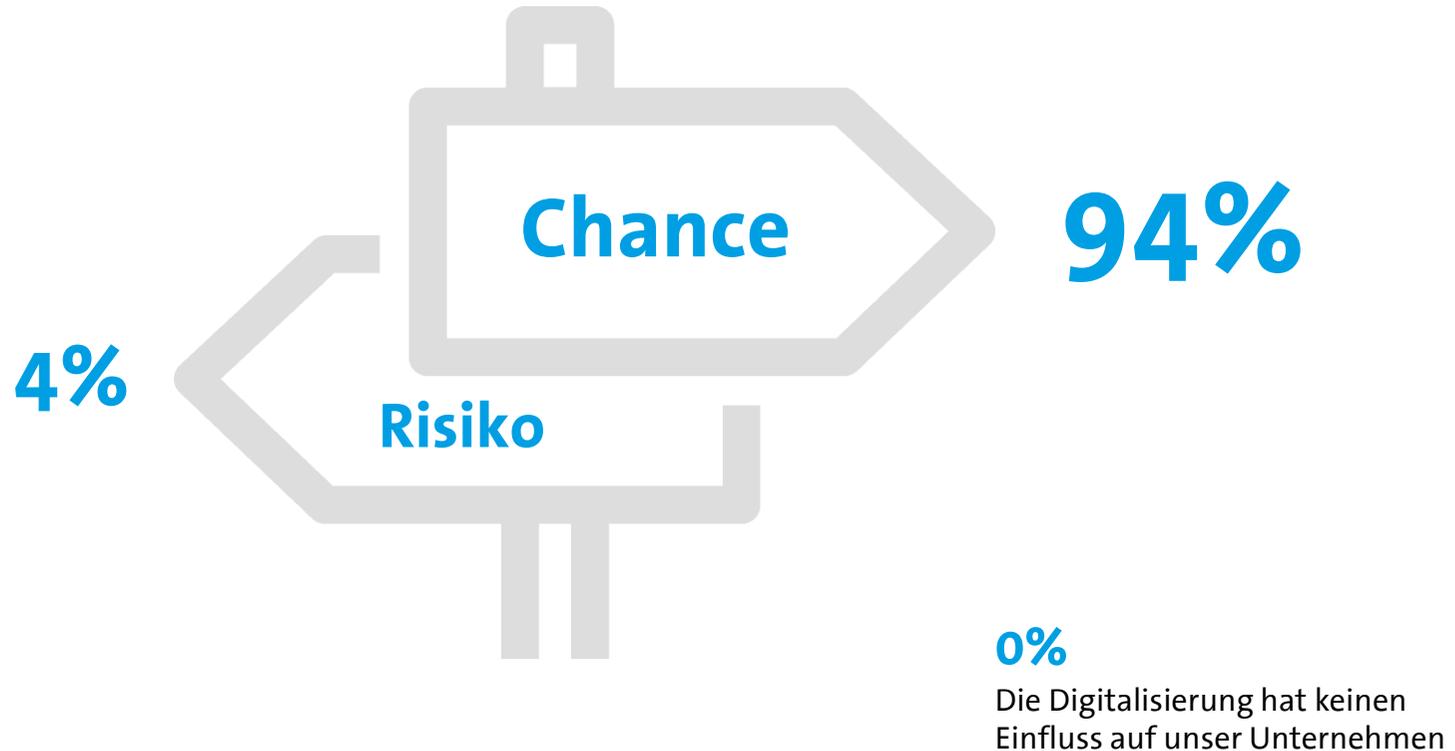
**40%**

---



# Medienunternehmen sehen digitalen Wandel als Chance

Sehen Sie die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Risiko für Ihr Unternehmen?



A photograph of a stack of newspapers on the left and a laptop on the right, with a white text box overlaid on the newspapers. The newspapers are aged and their pages are slightly yellowed. The laptop is a light-colored, modern model.

# Digitalisierung der Medien

**Achim Berg | Bitkom-Vizepräsident**

Berlin, 22. Juni 2016

**bitkom**