EBNER STOLZ

Medien & Verlage

Thesen zur digitalen Transformation der Verlagswelt

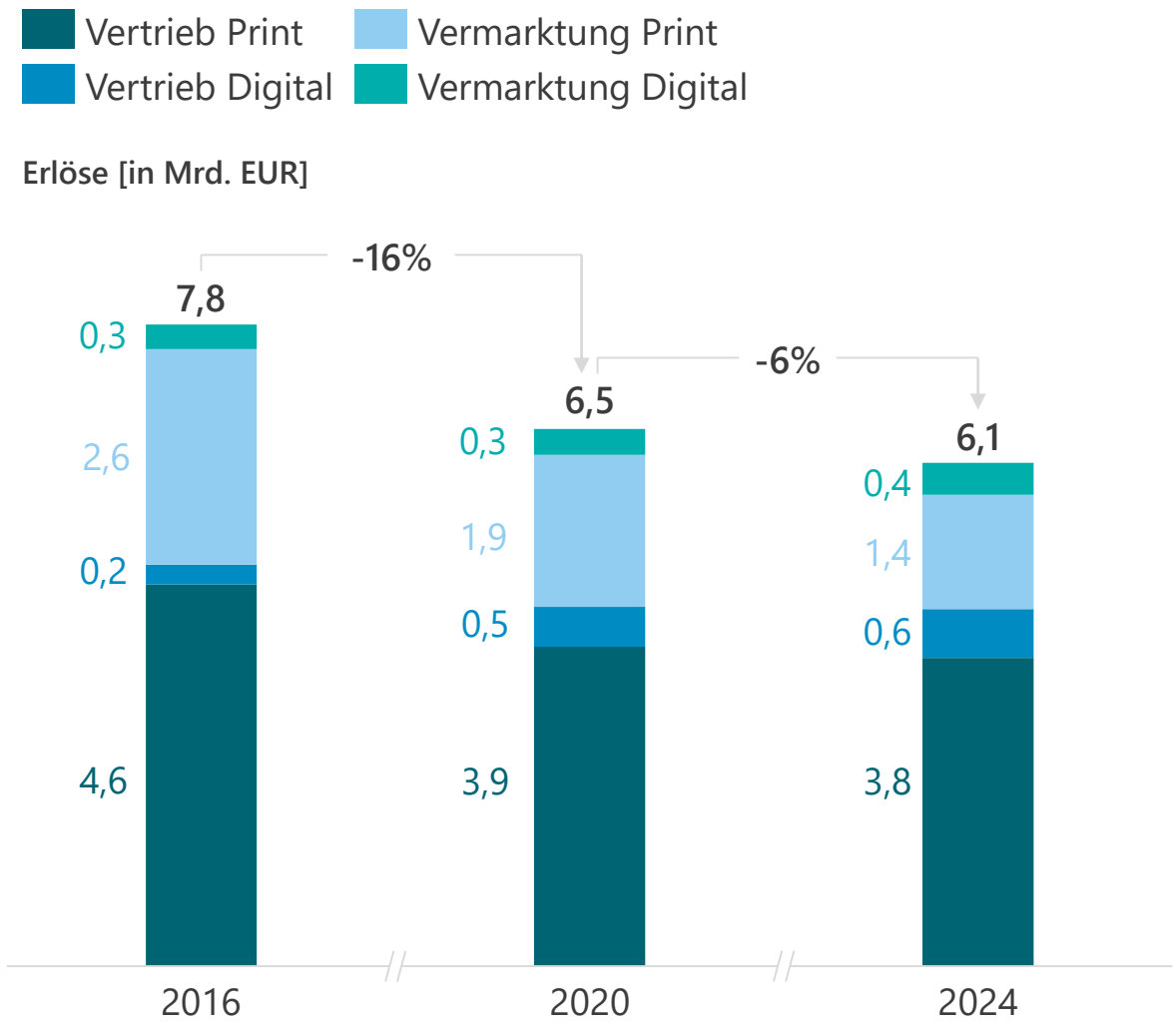
Köln, November 2021

A member of Nexia International

Der Zeitungsmarkt ist rückläufig – das zusätzliche Digitalgeschäft kann die Umsatzverluste bisher nur teilweise auffangen

Nichts währt ewig.

„Die Erfolgslogiken aus der Vergangenheit des Zeitungsmarktes greifen nicht mehr – das aufkommende Digitalgeschäft ist hart umkämpft."



Quelle: German Entertainment & Media Outlook 2020 – 2024

© Ebner Stolz Management Consultants

Der digitale User stellt neue Anforderungen an die Produktlandschaft – Innovationsfähigkeit prägt substanziellen Wettbewerbsvorteil

Das Heute von Morgen.

„Kundenorientierung heißt Wandel: Eine erfolgreiche Reaktion auf nachhaltige Markttrends bedingt kontinuierliche Veränderungsprozesse im Unternehmen."

EBNER STOLZ

Wettbewerbsdruck durch abnehmende Zahlungsbereitschaft setzt erfolgreiche Produktinnovationen voraus.

Abkehr von stationärem Nachrichtenkonsum stellt neue Anforderungen an plattformübergreifende Strukturen.

Schnelle Innovationszyklen erfordern integrierte Wertschöpfungsstufen von Redaktion bis Vermarktung.

Veränderter Medienkonsum erfordert andere Arten der Erstellung und Ausspielung von Inhalten.

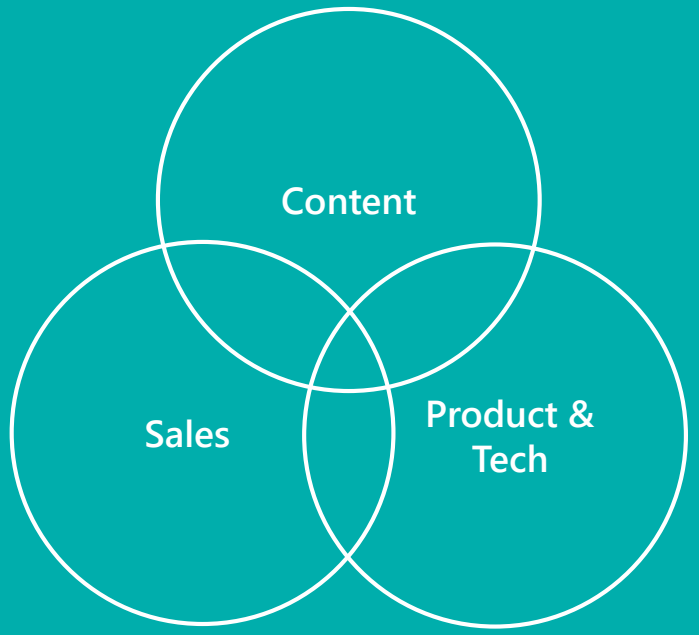
© Ebner Stolz Management Consultants

Die integrierte Wertschöpfung aller produktbezogenen Funktionseinheiten bildet einen wesentlichen Erfolgsfaktor im digitalen Verlag

Digital geht anders.

„Eine erfolgreiche Transformation des Geschäftsmodells setzt voraus, dass bestehende Prämissen neu gedacht werden."

EBNER STOLZ



INTERDISZIPLINÄR | AGIL | CROSS-FUNKTIONAL

© Ebner Stolz Management Consultants

Die Zukunft ist digital – eine strategische Vernachlässigung des Printgeschäfts verkennt jedoch substanzielle mittelfristige Chancen

Halbes und Ganzes.

„Print ist im nächsten Jahrzehnt weiterhin relevant – eine hybride Entwicklung des Digitalgeschäfts ist im „Digital First"-Denken deshalb alternativlos."

EBNER STOLZ

- Hybrider Aufbau des Digitalgeschäfts
- Automatisierung von Vermarktungsstrukturen
- Gezielte Optimierung der Printauslastung
- Schrittweise Flexibilisierung der Druck- / Logistikstrukturen
- Smarte Diversifikation der neuen Geschäftsmodelle über Data-Warehousing

© Ebner Stolz Management Consultants

Von Content-Driven zu Data-Driven Geschäftsmodellen: Eine hinreichende digitale Durchdringung des Marktes ermöglicht die Entwicklung datengetriebener Geschäftsmodelle der Zukunft

Fest im Blick.

„Die Weichenstellung für die Geschäftsmodelle von Morgen erfolgt heute – zukünftiger Erfolg erfordert mutige Entscheidungen."

EBNER STOLZ

CONTENT-DRIVEN

Ergänzende Leistungsangebote zum bestehenden Kerngeschäft Print i.S. von Markentransfers

Digitale Drittvermarktung von Content & zielgerichteter Aufbau von datengetriebenen Zusatzgeschäften

DATA-DRIVEN

Content als Vehikel – Daten als Produkt: Datengetriebene Geschäftsmodelle ergänzen das Kerngeschäft

© Ebner Stolz Management Consultants

Ansprechpartner

Gerne stehen wir für einen unverbindlichen Austausch zur Verfügung

„Ebner Stolz begleitet seit über 10 Jahren erfolgreich verschiedene Partner aus der Medienbranche: Immer individuell, immer auf Augenhöhe."

Oliver Göbl, Partner bei Ebner Stolz
oliver.goebl@ebnerstolz.de
Tel. +49 221 20643-946
Mobil +49 177 5841808

„Mithilfe unserer Erfahrungen aus komplexen Transformationsprozessen schaffen wir auch in der Medienbranche sichtbare Veränderung."

Christoph Sohn, Senior Manger
christoph.sohn@ebnerstolz.de
Tel. +49 221 20643-917
Mobil +49 173 4261539

EBNER STOLZ

Sprechen Sie uns an.