

Pressemitteilung 42/2019

## Tech Summit-Trend: Verlage setzen auf Künstliche Intelligenz und integrierte Datenstrategie

**Über 100 IT-Experten beraten über die digitalen Herausforderungen im Publishing | Geschäftsmodelle setzen auf Plattform-Strategien | Journalismus profitiert von schnellerer Informationsverfügbarkeit und Data Analytics**

Berlin, 26. November 2019 – Wie aus „Big Data“ „Smart Data“ wird und damit wesentlich zum Erfolg neuer und bestehender Geschäftsmodelle im Medien-Business beiträgt, können heute und morgen die über 100 Manager und IT-Experten aus deutschen Medienhäusern auf dem 7. VDZ Tech Summit anhand von Best Practice-Beispielen nachvollziehen. Auf dem vom VDZ in Berlin veranstalteten zweitägigen Diskurs warnte **Dr. Benjamin Kreck**, CTO Intelligent Cloud bei **Microsoft**, davor, das aktuelle Innovationstempo zu unterschätzen. Dies betreffe die Infrastruktur ebenso wie auch daten-getriebene Technologien im KI-Umfeld. Die Entscheider in den Medienhäusern sollten bei den Planungsprozessen von Beginn an die Komplexität der daten-getriebenen Intelligenz berücksichtigen und ein möglichst perfektes Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine zum Ziel haben, wenn geplante Effizienzgewinne auch eintreten sollen. „Die Herausforderung von heute und morgen ist es, komplexe Technologie möglichst vielen Menschen zur Verfügung zu stellen – als Konsument aber auch bereits in der Entwicklung“, betonte Kreck.

„Gute Entwickler sind im Digitalgeschäft so wichtig wie gute Journalisten – die Verbindung von hervorragendem Inhalt und robuster, innovativer IT führt im Kampf um die Aufmerksamkeit zum Erfolg“, betont VDZ-Hauptgeschäftsführer **Stephan Scherzer**.

Welchen konkreten Beitrag Technologie für die Verbesserung publizistischer Produkte und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle im internationalen Maßstab leisten kann, zeigte der in der Doppelfunktion als COO und CTO bei **IDG** in Deutschland tätige **Stefan Huegel**. IDG entwickelte sich laut Huegel in den letzten zwei Jahren vom Medienhaus hin zu einem Data-as-a-Service-Publisher. Maßgeblich war dafür der rechtzeitig eingeleitete Strategiewechsel von einer dezentralen Unternehmens-IT hin zu einer globalen Plattform-Struktur. Viele hätten sich von dem Hype um Blockchain-Möglichkeiten zu lange blenden lassen. Für eine erfolgreiche Zukunft im Publishing gehe es zunehmend darum, sich mit „lieferfähigen“ Technologie-Trends wie Machine Learning oder Augmented Analytics zu beschäftigen.

Für **Peter Buhr**, Senior Consultant Digital & Innovations bei **Axel Springer**, geht es künftig noch mehr darum, den technologischen Fortschritt im Verständnis von Sprache und Intelligenz in den Unternehmensstrukturen für alle nutzbar zu machen. Mit einem tieferen Textverständnis und Argument Mining sind die heutigen enormen Informationsmengen im Content-Workflow für die Journalisten schneller und zielgerichteter in die eigenen Beiträge integrierbar. Mit diesen Hilfsmitteln könne auch der User Generated Content ganz neu gedacht und dessen Einbindung umgesetzt werden.

„Der VDZ Tech Summit ist ein sehr gut funktionierender Seismograph für den aktuellen Status und Trends technologischer Entwicklungen in der Medienbranche. Im Vergleich mit anderen Branchen haben sich viele Zeitschriftenmarken als Innovations-Pioniere erwiesen und die Chancen der Digitalisierung effektiv genutzt. Der Tech Summit gibt Impulse für den nächsten Schritt“, so **Lutz Drüge**, Geschäftsführer Print und Digitale Medien im VDZ.

Mit dem Tech Summit bietet der VDZ der Medienbranche eine Wissens- und Diskursplattform, die Verlagsmanager, Technologieprofis von Medienhäusern und Internet-Experten

zusammenbringt, um sich über neue Trends, Technologien, Verfahren und Best Practices auszutauschen und gemeinsam kreative Konzepte zu erarbeiten.

Weitere Informationen unter [www.vdz-tech-summit.com](http://www.vdz-tech-summit.com).

**Weitere Informationen:**

Antje Jungmann

Tel: +49 (30) 72 62 98-110

E-Mail: [a.jungmann@vdz.de](mailto:a.jungmann@vdz.de)

Internet: [www.vdz.de](http://www.vdz.de)

Facebook: [www.facebook.com/VDZPresse](http://www.facebook.com/VDZPresse)

Twitter: [www.twitter.com/VDZPresse](http://www.twitter.com/VDZPresse)

**Über den VDZ:**

*Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. ist die Interessenvertretung der deutschen Zeitschriftenbranche. Als Dachverband, organisiert in drei Fachverbänden (Fachpresse, Konfessionelle Presse, Publikumszeitschriften) und fünf Landesverbänden, repräsentieren seine rund 450 Mitgliedsverlage mit mehr als 7.000 Zeitschriftenmarken rund 80 Prozent des deutschen Zeitschriftenmarktes. Als Dienstleistungsverband bietet der VDZ den Verlagen ein breites Spektrum an Beratungs-, Informations- und Serviceleistungen in allen Bereichen des Verlagsgeschäftes (Anzeigen, Vertrieb, Digitale Medien, Rechtsfragen, Betriebswirtschaft, Umwelt und Papier). Als Wirtschaftsverband engagiert er sich auf deutscher und europäischer Ebene für die Wahrung und Berücksichtigung der Interessen von Verlagen. Und als Arbeitgeberverband führt er im Auftrag der Landesverbände für die Verleger die Tarifverhandlungen mit den Gewerkschaften für Redakteure. Darüber hinaus leistet der VDZ mit der VDZ Akademie einen wesentlichen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche. Weitere Informationen im Internet unter: [www.vdz.de](http://www.vdz.de) [www.publishers-summit.de](http://www.publishers-summit.de) [www.pz-online.de](http://www.pz-online.de) [www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de) [www.vdz-akademie.de](http://www.vdz-akademie.de) [www.editorial.media](http://www.editorial.media) [www.presse-verkauf.de](http://www.presse-verkauf.de)*