



brand eins

brand eins

Neue Wege der Transformation

# Einführung. Vorstellung



# Einführung. Vorstellung

\_Seit 25 Jahren ist brand eins die Denk-Plattform für Verändererinnen und Veränderer. Wandel ist unser Thema, die Inspiration für ein besseres Leben das Ziel.

# Einführung. Vorstellung

*„Wir haben Wirtschaft immer so verstanden, dass es darum geht, zu wissen, wie man es schafft, ein selbstbestimmtes Leben zu führen und nicht darum, wie man aus einer Milliarde drei Milliarden macht.“* (Gabriele Fischer)

# Herausforderungen im traditionellen Verlagswesen.

## Strukturelle Probleme

- Rückgang der Printmedien
- KI
- Veränderungen im Werbemarkt
- Kostenstruktur und Rentabilität
- Dezentralisierung der Medienlandschaft

# Herausforderungen im traditionellen Verlagswesen.

## Veränderung des Leseverhaltens und der Mediennutzung

- Präferenz für digitale Inhalte und multimediale Inhalte
- Veränderung der Lesegewohnheiten
- Personalisierung und Individualisierung
- Social Media und virale Inhalte

# Herausforderungen im traditionellen Verlagswesen.

## Digitalisierung und Online-Konkurrenz

- Veränderung der Vertriebskanäle
- Zunehmender Wettbewerb
- Monetarisierung von Online-Inhalten
- Technologische Investitionen

# Transformation in der brand eins Medien AG

## Strategische Neuausrichtung

1. Beginnend mit einer Portfoliobetrachtung nach klass. KPIs
2. Identifikation der limitierenden Faktoren: Arbeitszeit und Vertriebskanäle
  - Wir haben viele Möglichkeiten, um zu wachsen, wissen aber auch dass es Grenzen gibt, von dem, was wir tun können.
3. Konzentration auf das wichtigste Angebot, ohne die Entwicklungen da draußen, aus den Augen zu lassen.



# Transformation in der brand eins Medien AG

## Diversifizierung der Einnahmequellen

Corporate Media, Konferenz- und Weiterbildungsgeschäft, digitale Formate wie Newsletter und Podcasts.

- All das mit dem Magazin als Kompass.



# Transformation in der brand eins Medien AG

## Investitionen in digitale Technologien u. Aufbau der Online-Präsenz

- Website, Zugriffe (monatl.): 145.000
- Social Media, Reichweite: 758.000
- Newsletter, Reichweite: 66.500
- Podcasts, Reichweite: 77.000

# Erfolgsfaktoren der Transformation

## Führung und Unternehmenskultur

Clash der Kulturen: Aufmerksamkeit der Underdogs (Digitalteam)  
vs. Nachlässigkeit gegenüber dem Monatsmagazin

➤ Auflösung der Ambidextrie

# Erfolgsfaktoren der Transformation

## Innovationsbereitschaft und Flexibilität

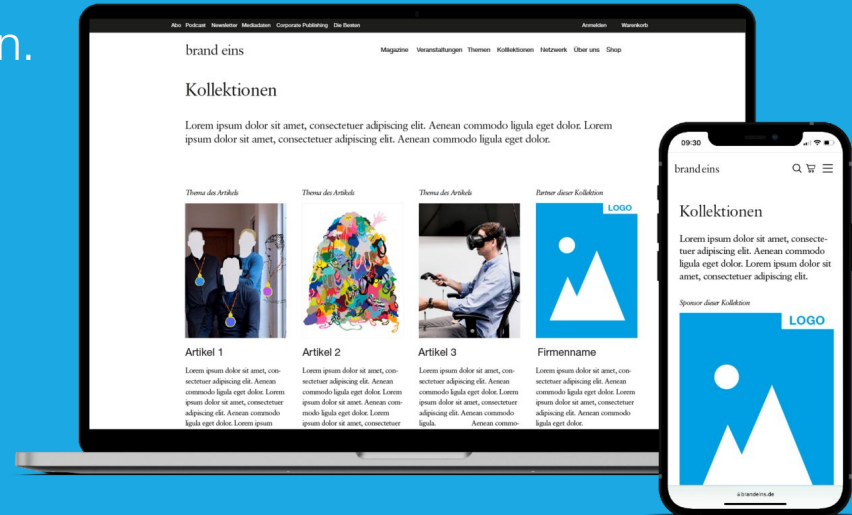
Neue Herangehensweise: Wir haben unterschiedliche Produkte, die unterschiedliche Lebenszyklen haben. Und wir haben unterschiedliche Skills unter den Mitarbeitenden. Im besten Fall mischen sich die Teams untereinander und arbeiten gemeinsam an unterschiedlichen Produkten/Projekten.

- Verzahnung des etablierten Geschäftes mit dem neuen Geschäft
- offene Fehlerkultur
- sich immer wieder neu erfinden
- Kernkompetenz bleibt

# Erfolgsfaktoren der Transformation

## Kundenorientierung und Marktanpassung

Wegbruch des Anzeigengeschäftes: Wir sprechen viel intensiver mit Unternehmen, um herauszufinden, was ihnen in der Kommunikation wichtig ist und entwickeln neue Werbeformen wie die brand eins Kollektionen.



# Erfolgsfaktoren der Transformation

## Talentmanagement und Mitarbeiterentwicklung

- Das Berufsbild der Journalistin hat sich verändert und wird sich weiter verändern. Deshalb müssen sich auch Journalisten verändern.
- Dabei spielt das Technologieverständnis und -management neben der redaktionellen Leistungsfähigkeit einen wichtigen Erfolgsfaktor.

# Zusammengefasst

\_Verlage müssen mehr denn je ihre *Geschäftsmodelle anpassen*, sich stärker auf *Innovation und Flexibilität* fokussieren, in *Technologien* investieren und ihren Fokus auf *Kundenorientierung* setzen, um mit den sich wandelnden Bedürfnissen der Leserinnen Schritt zu halten und um langfristig erfolgreich zu sein.

Aber

\_Der journalistische Auftrag verändert sich auch nicht durch die digitale Transformation.