

Was führende Medienunternehmen anders machen.

Was unterscheidet Medienhäuser, die gerade den digitalen Wandel anführen, von denen, die Mühe haben, Schritt zu halten? Drei Dinge: modulare Plattformen, harmonisierte Daten und operative KI.



WAS DICH IN DIESEM WHITEPAPER ERWARTET

- Wo heute **Verlage** an ihre **Grenzen** stoßen
- **5 Handlungsempfehlungen** für die nächsten 90 Tage
- Wie eine **modulare Plattform** zum **Integration-Hub** wird – statt zum nächsten IT-Silo
- **Die 4 strategischen Säulen** für echten Systemvorsprung

Worum es geht – und worum nicht.

Die Medienbranche redet seit Jahren über digitale Transformation: Paywall-Strategien, KI-Chatbots, Systemfragen. Wichtige Themen – aber meist auf der falschen Flughöhe.

Die Frage ist nicht mehr: Welches System führen wir als Nächstes ein? Die Frage ist: Wie machen wir unser Unternehmen strukturell dauerhaft anpassungsfähig – damit Print noch so lange wie möglich profitabel bleibt und wir gleichzeitig

mit digitalen Produkten wachsen können?

Dieses Whitepaper zeigt dir, was Medienunternehmen anders machen, die heute schon vorn sind. Du erhältst einen analytischen Blick auf die Strukturen, die einen echten Systemvorsprung erzeugen – und was das konkret für dein Unternehmen bedeutet.

Für wen dieses Whitepaper geschrieben ist:

- **Geschäftsführung und C-Level** in Verlagen und Medienunternehmen, die strategische Entscheidungen treffen.
- **Leitungen aus Vertrieb, Media-Sales, Marketing und Kundenservice**, die täglich mit der Realität fragmentierter Systeme arbeiten.
- **Alle, die sich mit der Frage beschäftigen**, warum digitale Projekte im eigenen Haus langsamer vorankommen als geplant und was sich daran ändern lässt.

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen in der Praxis den entscheidenden Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

Let's Connect

Warum die nächsten Monate über deinen Vorsprung entscheiden.

Zwei Linien driften immer weiter auseinander. Print bleibt wichtig, doch schrumpft stetig. Digital wächst – vor allem bei den Häusern, die jetzt auf eine flexible, zukunftsfähige Architektur setzen. Der Abstand zwischen Pionieren und Nachzüglern vergrößert sich von Monat zu Monat.

Das bedeutet: Wer jetzt handelt, baut Schritt für Schritt die Infrastruktur für nachhaltiges Wachstum auf – und sichert sich seinen Systemvorsprung. Wer zögert, wird später mit weniger Zeit, Budget und Spielraum aufholen müssen.

„Das Zeitfenster schließt sich. Wer jetzt beginnt, sichert sich in wenigen Monaten einen strukturellen Effizienzvorsprung – wer zögert, fällt weiter zurück.“

Marc Dillmann,
Geschäftsführer BDL

3 Entwicklungen, die gleichzeitig passieren



Rückgang der Print-Erlöse

Print-Erlöse bleiben relevant, werden aber strukturell kleiner. Zusätzliche Erlöse sind über andere Angebote zu erzielen.



Neue digitale Infrastruktur

Digitale und neue Geschäftsmodelle wie Plus-Abos, B2B-Content, Videojournalismus, Podcasts oder datengetriebene Vermarktung brauchen eine völlig andere technische Basis als klassische Print-Systeme.



Operative KI-Integration

KI wird von der Innovations-Frage zur operativen Frage. Wer KI nicht in den laufenden Prozessen verankert, wird weder spürbar Kosten sparen noch neue Umsätze heben.

Was die Zahlen sagen

Print: Kosten für Zustellung und Produktion steigen stetig

Erwartete Kostenentwicklung, in den nächsten 3 Jahren



Quelle: BDZV/Hightberg-Trendumfrage 2026

Verlage blicken über Print hinaus und erschließen neue Geschäftsmodelle

Anteil am Gesamtumsatz: Geschäftsmodelle außerhalb des Journalismus



Quelle: BDZV/Hightberg-Trendumfrage 2026

89 % der Medienhäuser nehmen KI in die Strategie auf

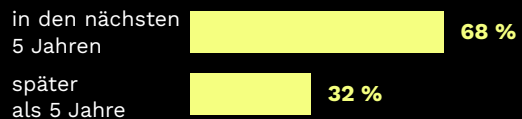
Aber nur 47 % der Mitarbeitenden kennen die KI-Strategie



Quelle: BDZV/KI-Reifegrad-Report 2025

Die Finanzierung der Redaktion über Digitalerlöse rückt näher.

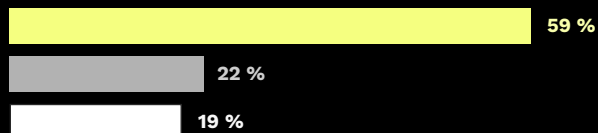
Wann decken digitale Umsätze (Werbe- und Vertriebs Erlöse) die redaktionellen Kosten?



Quelle: BDZV/Hightberg-Trendumfrage 2026

2030 werden die Verlage mehr Digitalabos (E-Paper, Plus) als Print-Abos haben.

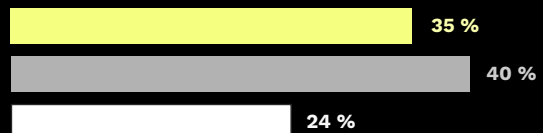
Heute



Angenommen, die Strategie ist bis 2030 erfolgreich: Anteil der Abonnements (Menge)

■ Print
■ E-Paper
■ Plus

Einschätzung 2030



Quelle: BDZV/Hightberg-Trendumfrage 2026

Warum jetzt handeln – und nicht erst nächstes Jahr

Plattform- und Datenprojekte

brauchen Zeit. Nicht, weil die Technik langsam wäre, sondern weil die Organisation dahinter mitwachsen muss. Prozesse ändern sich, Rollen verschieben sich, Teams lernen, mit neuen Daten zu arbeiten.

Und die Geschwindigkeit dieser Veränderung nimmt zu. Wer heute auf eine modulare, zukunftsfähige, KI-native Plattform setzt, kann schon sehr bald skalieren. Wer erst in ein oder zwei Jahren beginnt, verhandelt dann noch über Fachkonzepte, während andere bereits auf einer laufenden Infrastruktur aufbauen.

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

Let's Connect

Wo heutige Verlagsstrukturen an ihre Grenzen stoßen.

Fast jedes Medienunternehmen, mit dem wir sprechen, hat mindestens eines der folgenden Probleme:

- Eine **historisch gewachsene Systeminfrastruktur** mit veralteten ERP-, Abo- und Anzeigensystemen.
- Eine **CRM-Lösung**, die **irgendwann dazukam und nicht tief integriert ist**.
- Eine **wachsende Zahl digitaler Tools, die nebeneinander laufen**. Newsletter-System, KI-Lösungen, Media-Sales-Tools, Webshop und Analytics.

Jedes einzeln gut. In der Summe ein Flickenteppich.

Das Problem ist nicht die Anzahl der Systeme. Das Problem ist, dass **durchgängige Prozesse und eine einheitliche Datenbasis fehlen** – und damit die Voraussetzung für alles, was heute zählt: reibungslose Abläufe, Automatisierung und KI.

DIE 3 TYPISCHEN SCHWACHSTELLEN

Woran du erkennst, dass dein Medienunternehmen an die Systemgrenze stößt:

- ✗ **Deine Mitarbeiter arbeiten gleichzeitig in mehreren Systemen** und müssen ständig die Oberflächen wechseln (z. B. im Kundenservice zwischen Print-Abo, SSO und Digital-Subscription).
- ✗ **Die Preise für einzelne Systeme steigen jedes Jahr** – ohne dass sinnvolle Funktionen oder echter Mehrwert dazukommen.
- ✗ Ein neues digitales Produkt scheitert nicht an der Idee, sondern daran, dass es **Tage oder Wochen braucht, bis es live gehen kann**.

Die teure Wahrheit über print-fokussierte Back-Office-Systeme

Viele Medienunternehmen arbeiten heute immer noch mit veralteten ERP-, Abo- und Anzeigensystemen, die historisch gewachsen und daher für die Print-Welt ausgelegt sind.

Sie können Print gut. Sie können Buchhaltung gut. Was sie nicht können: digitale Geschäftsmodelle flexibel abbilden, KI-Prozesse integrieren oder Echtzeitdaten in den Vertrieb bringen.

Drei Sätze, die wir in Verlagen fast wöchentlich hören



„Wir zahlen jedes Jahr mehr für unsere IT – sowohl im Personal wie auch für die Systeme.“



„Mit unseren jetzigen Systemen stoßen wir an die Grenzen – keine durchgängigen Prozesse, keine Grundlage für digitale Geschäftsmodelle.“



„Wir wollen automatisieren und KI einsetzen, aber unsere Systeme spielen nicht mit und unser Team ist dafür noch nicht enabled.“

Wenn dir das bekannt vorkommt, bist du an dem Punkt, an dem strategische Entscheidungen getroffen werden müssen. Wichtig ist, dass du sie jetzt triffst – vorausschauend, ganzheitlich, digital-first.

Heute (monolithische Back-Office-Systeme)	Nötig (modulare Architektur)
Hohe Lizenz- und Betriebskosten – sinkender Nutzungsgrad	Kosten skalieren mit dem tatsächlichen Wertbeitrag
Print-zentrisch – digitale Modelle sind Workarounds	Print und Digital sind gleichwertige Prozesspfade
Entwicklungsstillstand – Funktionsumfang wächst nicht mehr mit	Kontinuierliche Weiterentwicklung in kurzen Zyklen
Geschlossene Strukturen – KI lässt sich nicht sauber andocken	Offene Strukturen – KI-Services greifen direkt auf harmonisierte Daten zu
Daten in Silos – 360°-Kundensicht unmöglich	Ein Kunde. Eine Sicht. Über alle Touchpoints.

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

**Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können**

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

Let's Connect

Was wir von erfolgreichen Verlagen lernen können.

Wenn wir uns anschauen, was führende Medienunternehmen anders machen als der Durchschnitt, dann geht es nicht um einzelne gelungene Projekte, sondern um deutlich mehr.

Erfolgreiche Medienunternehmen bauen ihren Systemvorsprung auf vier Säulen auf, die wie Zahnräder ineinandergreifen und nur dann wirken, wenn sie perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Die 4 Säulen des Systemvorsprungs

01 

Geschäftsstrategie

Print möglichst lange profitabel halten. Digital konsequent skalieren. Beides als ein Ökosystem denken, nicht als zwei Welten.

02 

IT- und Systemstrategie

Vom Monolithen zur modularen Architektur. Integration-Hub statt nächstem Silo. Offen für das, was morgen dazukommt.

03 

Datenstrategie

Daten über alle Systeme hinweg harmonisieren. Eine Sicht auf den Kunden. Echtzeit, wo es zählt.

04 

KI-Strategie

KI nicht als Projekt denken, sondern als Bestandteil der täglichen Wertschöpfung mit direktem Geschäftswert leben.

Print profitabel halten, Digital skalieren

Die Versuchung ist groß, Print als auslaufenden Zweig zu behandeln und alle Energie in Digital zu stecken.

Das ist strategisch jedoch meistens falsch. Medienhäuser sollten heute stattdessen zwei Ziele verfolgen: Print möglichst lange profitabel halten und gleichzeitig Digital wachsen.

Print geht zurück – aber kontrolliert. Der wirtschaftliche Beitrag des Printgeschäfts lässt sich durch Kostensenkung,

Variabilisierung und gezielte Datenanalyse so lange wie möglich erhalten – das ist planbar und finanziert die Transformation.

Gleichzeitig muss Digital wachsen – durch neue Produkte, neue Zielgruppen und den Aufbau echter Kundenbeziehungen. Das ist weniger exakt planbar, aber entscheidend für die Zukunftsperspektive.

 **Print:**
trägt weiter –
geht aber
kontrolliert zurück

 **Digital:**
baut darauf auf
und wächst



Was das konkret heißt

- **Print-Kundenbeziehungen werden systematisch zu Digital-Beziehungen ausgebaut** – ohne Bruch und ohne Datenverlust.
- **Vertrieb steuert Kunden-Lebenszyklen statt Produkt-Silos** – vom Erstkontakt bis zur Rückgewinnung.
- **Es braucht Mut, neue Geschäftsmodelle und Produkte auszuprobieren** – eine klare System- und Datenbasis macht diese Schritte kalkulierbar statt zum Blindflug.

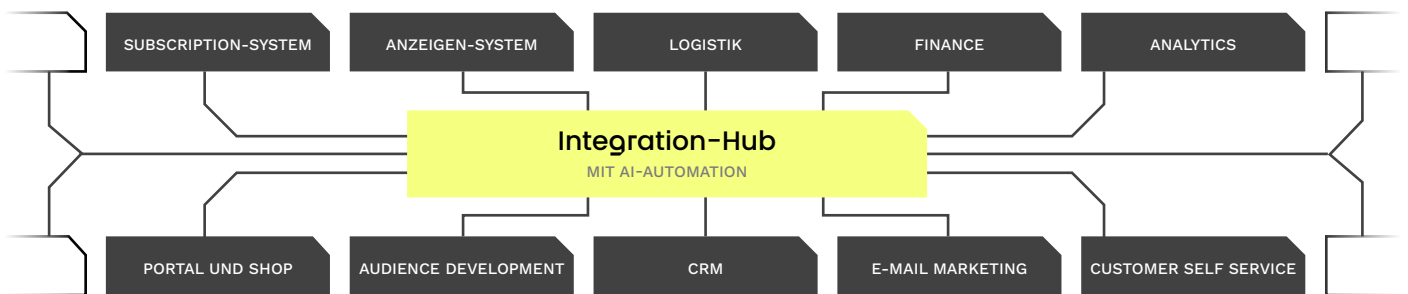
Modulare Plattform statt Monolith

Es geht nicht darum, das eine perfekte System zu finden. Die eigentliche Frage lautet: Wie sieht deine Zukunftsarchitektur aus – mit genau den Systemen, die für die jeweilige Aufgabe am besten geeignet sind?

Eine modulare Plattform macht genau das möglich: Bestehende und neue IT-Systeme werden nahtlos, einfach und

effizient miteinander vernetzt. Jedes System tut, was es am besten kann – der Integration-Hub sorgt dafür, dass alles intelligent zusammenspielt: Digital und Print, Touchpoints zum Kunden und KI-basierte Automatisierung.

Flexibel, modular, passgenau – du entscheidest, wie deine Lösung aussieht.



Was das konkret heißt

- **Smarte Integrationen statt teurer IT-Projekte** – kein endloses Customizing, sondern das richtige System für die jeweilige Aufgabe.
- **„Best-of-Breed“ statt „One Size fits all“** – du entscheidest, wie deine Plattform aussieht, statt dich einem Monolithen anzupassen.
- **Kosten orientieren sich an der Wertschöpfung** – keine starren Lizenz- und Betriebskosten für Systeme, die mehr bremsen als helfen.
- **Schnell und flexibel statt langsam und träge** – Organisations- und Produktveränderungen lassen sich sofort abbilden.
- **KI direkt in die Prozesse integriert** – nicht als externes Tool, das neben den Systemen läuft.

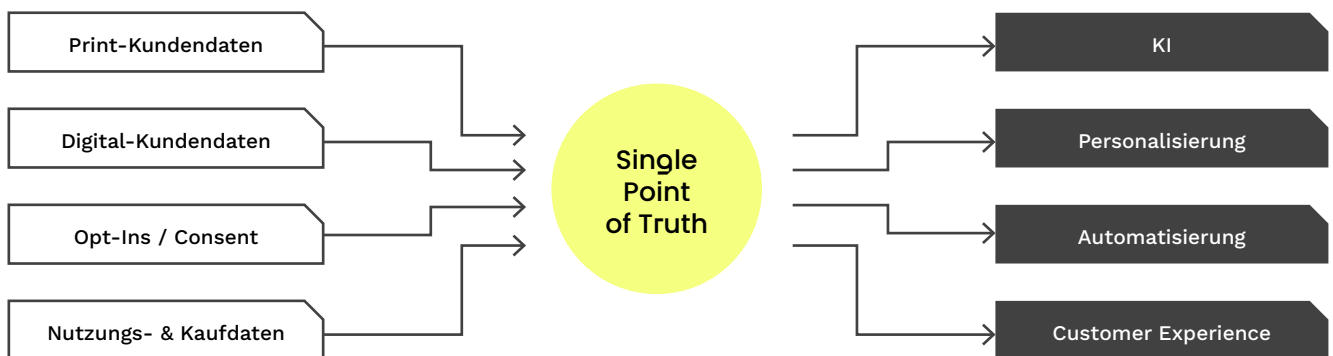
Datenharmonisierung – die unsichtbare Voraussetzung

Die meisten KI- und Personalisierungsprojekte scheitern nicht an der KI.

Sie scheitern daran, dass die Daten, auf denen sie aufsetzen sollen, nicht sauber sind: Print- und Digitalkunden liegen in verschiedenen Systemen, Opt-Ins sind nicht zentralisiert, Nutzungsdaten

bleiben unbeachtet und der 360°-Blick auf den Kunden fehlt.

Datenharmonisierung klingt unsexy – ist es auch. Aber sie ist der Unterschied zwischen „wir testen gerade einen KI-Prototyp“ und „unsere KI-Prozesse laufen produktiv und verursachen keine hohen Kosten mehr“.



Was das konkret heißt

- **Eine harmonisierte, kanalübergreifende Kundenbasis** – statt voneinander getrennter Print- und Digitalkundensysteme.
- **Zentrales Consent- und Opt-In-Management** – statt verstreuter Einwilligungen in unterschiedlichen Tools.
- **Kontinuierliche, automatisierte Qualitätssicherung der Daten** – statt veralteter Informationen.
- **Ein vollständiger 360°-Blick auf Nutzungs- und Kaufdaten** – statt unverbundener Datensilos ohne Gesamtbild.
- **Produktive KI- und Personalisierungsprozesse auf sauberer Datenbasis** – statt hoher Kosten durch manuelle Datenpflege, Tests ohne Ergebnis und Fehlsteuerung.

KI als operativer Bestandteil



KI ist nicht länger ein Innovationslabor-Thema.

Die Unternehmen, die heute Vorsprung haben, haben KI als festen Bestandteil in ihrer Unternehmensstrategie verankert und an den entscheidenden Stellen in die Wertschöpfungskette integriert.

> **60%**

Automatisierung
im Kundenservice durch
Voice- und Textbots.

> **25%**

Mehr neue Leads
durch automatisches
Social-Media-Monito-
ring im Media-Sales.

> **40%**

Zeitersparnis
durch KI-Agenten
in der Kampagnen-
planung.

Was das konkret heißt

- **Lead-Qualifizierung im Media-Sales** – basierend auf echten Verhaltensdaten.
- **Next-Best-Offer-Logiken im Vertrieb** – wahrscheinlichkeitsgetrieben, nicht bauchgesteuert.
- **Automatisierte Bots im Kundenservice** – übernehmen die Abwicklung von Standardfällen.
- **Vorhersagemodelle für Kündigungswahrscheinlichkeit** – mit gezielten Gegenmaßnahmen.
- **KI-Agenten mit festen Rollen** – führen eigenständig Aufgaben aus und geben dem Team Zeit für das Wesentliche.

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

**So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied**

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

Let's Connect

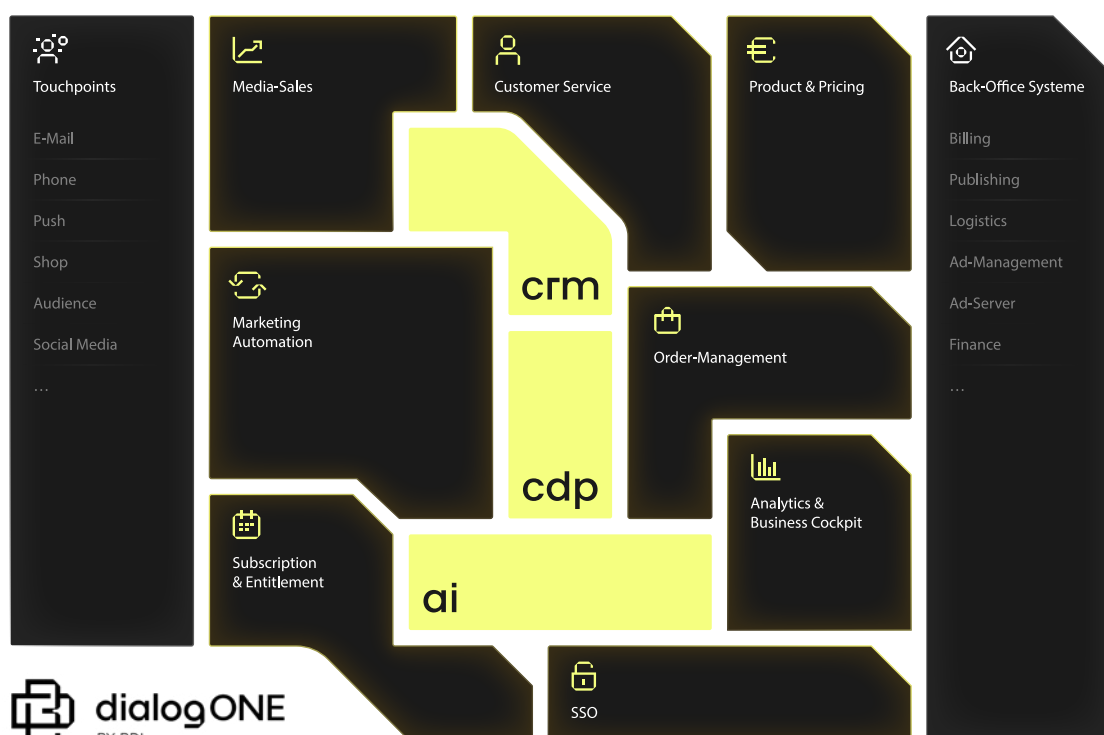
So machen integrierte Plattformen in der Praxis den entscheidenden Unterschied.

Bis hierher haben wir gezeigt, woran heutige Strukturen scheitern und welche vier Säulen erfolgreiche Medienunternehmen parallel aufbauen. Jetzt wird es konkret: Wie sieht so eine Architektur aus und was macht sie im Alltag anders?

Vom Systemchaos zur orchestrierten Wertschöpfungskette

Der entscheidende Perspektivwechsel: Weg von der Frage „Welches System brauchen wir?“ hin zur Frage „Wie orchestrieren wir unsere Systeme so, dass der Kunde im Mittelpunkt steht und neue Prozesse schnell dazukommen können?“

Ein Integration-Hub übernimmt diese Orchestrierung. Er ersetzt nicht die Spezialsysteme – im Gegenteil. Er macht sie wertvoller, weil sie miteinander kommunizieren und auf denselben, harmonisierten Datenbestand zugreifen.



Was der Integration-Hub leistet

- **Eine zentrale Kundensicht** – über Print, Digital, Events, B2B und Service.
- **Harmonisierte Daten in Echtzeit** – verfügbar für alle Systeme, die sie brauchen.
- **Offene Architektur** – neue Kanäle und KI-Services ganz ohne IT-Großprojekt flexibel andocken.
- **Klare Prozess-Templates für typische Use-Cases** – von der Abo-Reklamation bis zur Media-Sales-Kampagne.
- **Ein einziges Frontend für den Kundenservice** – ersetzt das parallele Arbeiten in verschiedenen Oberflächen.

dialogONE als Integration-Hub für Medienunternehmen

Genau diese Rolle übernimmt dialogONE. Es ist kein klassisches CRM – wer es so beschreiben würde, greift zu kurz. dialogONE ist der smarte, KI-native Hub, auf dem Medienunternehmen ihren gesamten Kundenlebenszyklus abbilden: vom ersten Touchpoint bis zum treuen Abonnenten, vom B2B-Lead bis zum zufriedenen Media-Sales-Kunden.

„Print und Digital, in einer Welt, ohne Bruch.
Alle Kundendaten an einem Ort.
Alle Touchpoints steuerbar. Alle Prozesse
KI-gestützt automatisierbar. Und das Ganze
modular – damit jedes Medienhaus
genau so viel davon nutzt, wie es braucht.“

Das Prinzip
hinter dialogONE

Wofür Medienunternehmen dialogONE heute einsetzen

- **Im Vertrieb:** KI-gestützte Marktbearbeitung, personalisierte Angebote in Echtzeit, automatisierte Lead-Qualifizierung, Next-Best-Offer Logik auf Basis echter Verhaltensdaten.
- **Im Kundenservice:** ein einziges Frontend für Print- und Digital-Kunden – das Service-Team arbeitet Hand in Hand mit Voice- und E-Mail-Bot, egal ob es um Neubestellung, Aboreklamation oder Opt-In-Management geht.
- **Im Media-Sales:** ein durchgängiger Sales-Prozess aus einer Oberfläche – von KI-basierter Lead-Erkennung über das maßgeschneiderte Angebot bis zum erfolgreichen Upselling.
- **In der Produktentwicklung:** schnelle Anbindung neuer digitaler Produkte, ohne dass die Basis umgebaut werden muss.
- **In der Customer Journey:** KI-gestützte Marketing-Automation steuert zentral die Kundenkommunikation – personalisiert, zum richtigen Zeitpunkt und über alle Kanäle hinweg.

DREI BEISPIELE AUS DER PRAXIS

Mediengruppe Pressedruck

„BDL sorgt mit seinen Lösungen dafür, dass wir alle relevanten Kundenprozesse heute und in Zukunft sehr professionell managen können.“

Suhrkamp Verlag

„Mit dialogONE schaffen wir die Voraussetzungen, unsere bestehenden D2C-Aktivitäten gezielt weiterzuentwickeln und unser Direktmarketing noch effizienter und zukunftsgerichteter aufzustellen.“

VNR Group

„Dank der offenen Schnittstellen lässt sich das System sehr gut mit weiteren Software-Bestandteilen verbinden und ermöglicht uns einen echten 360-Grad-Blick auf unsere Kunden.“



„Einzigartige Zusammenarbeit –
kenne ich so bei keinem anderen
Dienstleister“

Sascha Krollmann,
Aschendorff Medien

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

**Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst**

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

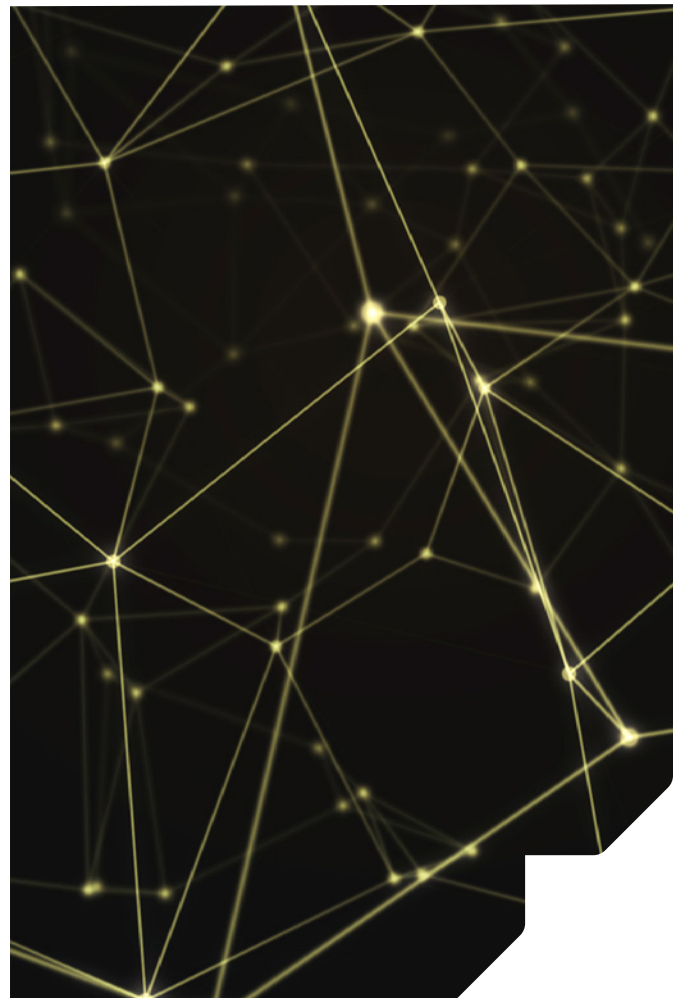
Let's Connect

Wie du mit KI als operativem Bestandteil messbaren Nutzen schaffst.

KI-Piloten haben die meisten Verlage inzwischen durch. Ein Chatbot im Service, ein Redaktions-Assistent, ein bisschen Zusammenfassen, ein bisschen Übersetzen und Versuche mit individuell geprompteten Agenten. Nice-to-have, aber nicht transformativ.

Der Sprung, den führende Häuser gerade machen, ist ein anderer, nämlich KI als festen Bestandteil operativer Prozesse – messbar, produktiv und mit direktem Geschäftswert. Anrufe, E-Mails und Briefe werden durch KI-Agenten klassifiziert und fallabschließend bearbeitet. Der Werbemarkt erhält automatisiert Hot-Leads in den Sales-Funnel – basierend auf den Signalen, die Kunden im Social-Media geben.

Das funktioniert nur, wenn die Datenbasis stimmt und **wenn KI-Agenten direkt am Prozess sitzen, nicht im Labor.**



Fünf KI Use-Cases mit direktem Geschäftswert

WO KI IN VERLAGEN HEUTE ECHTEN MEHRWERT LIEFERT



Next Best Offer im

Media-Sales: Das passende Anzeigenpaket zum richtigen Anlass – automatisch vorbereitet für den Verkauf.



Next Best Action im

Lesermarkt: Richtige Ansprache für Aktivierung, Upgrade und Bindung – bevor Kündigungsrisiken entstehen.



Preis- und Angebots-Personalisierung:

Das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt mit der richtigen, personalisierten Ansprache.



Service-Automatisierung:

Anrufe und E-Mails werden ohne menschlichen Eingriff vollautomatisch und personalisiert verarbeitet.



KI-Agenten mit festen

Rollen: Sie führen eigenständig Aufgaben aus und geben dem Team Zeit für das Wesentliche.

Was KI allein nicht leistet

KI ist wichtig – aber nur dann, wenn man weiß, wo sie anfangen soll.

Ein KI-Projekt ohne vorherige Prozess- und Datenanalyse ist schnell umgesetzt, aber enttäuschend. Deshalb startet jede sinnvolle KI-Einführung mit der Frage: Wo in unseren Prozessen bringt KI wirklich einen Unterschied und sind wir dort datenseitig richtig aufgestellt?

„Zuerst klären wir, wo KI-Automatisierung in euren Prozessen echten Nutzen bringt. Darauf bauen wir eine klare Strategie – und setzen sie gemeinsam mit eurem Team um, nicht für euer Team. Denn KI, die nicht verstanden und gelebt wird, ist wertlos.“

Marc Dillmann,
Geschäftsführer BDL

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

ÜBER BDL

Let's Connect

Warum Technologie allein nicht reicht.

Technologie lässt sich kaufen. Plattformen lassen sich lizenzieren.

Was man jedoch nicht kaufen kann, ist das Wissen darüber, wie es in einem Zeitungs- oder Fachverlag läuft.

Wie ein Abonnement-Wandlungsprozess in einem Medienunternehmen aufgebaut ist. Welche Daten ein Media-Sales-Mitarbeiter wirklich braucht, um ein

wirksames Angebot vorzubereiten.

Wie komplex die Zielgruppe eines Bildungsverlags ist. Welche Chancen im D2C-Geschäft für Buchverlage liegen oder warum die Verbindung von Print und Digital technisch so komplex ist, dass viele Medienunternehmen sie lieber gar nicht angehen.

„Wir kennen die Branche von innen. Nicht theoretisch – praktisch. Dieses Wissen steckt in dialogONE. Nicht als Dokumentation, sondern als fertige Prozess-Templates, als Best-Practice-Logik. Das ist gelebte Implementierungserfahrung.“

Marc Dillmann,
Geschäftsführer BDL



Was BDL von klassischen Softwarelieferanten unterscheidet

Generalisten	BDL als Branchenpartner
Keine Erfahrung in der Medienbranche	25 Jahre Medienbranche – Online-Publisher, Zeitungsverlage, Fachverlage, Bildungs- und Buchverlage
Software liefern – Rest ist Kundensache	Software + organisatorische Veränderung + Team-Coaching
„Go-Live“ als Projektende	Go-Live als Startpunkt – und den permanenten Change gemeinsam aktiv gestalten
„One Size fits all“-Standard	Best Practice Templates in dialogONE, die gemeinsam mit Medienhäusern entwickelt werden
Jeder Kunde ist ein Projekt	Jeder Kunde ist ein Partner und Teil unserer Media-Community



„Unser Job endet nicht mit dem Go-Live eines Systems, sondern erst, wenn der Erfolg nachhaltig ist.“

Marius Lissner,
Geschäftsführer BDL

Was Medienunternehmen über die Zusammenarbeit mit BDL sagen



„BDL ist kein Dienstleister – BDL ist strategischer Partner, der zuverlässig mit- und vordenkt.“

Für Boris Falk, Group Head of Technology, ist die Zusammenarbeit mit BDL eine strategische Entscheidung. BDL sorgt dafür, dass alle relevanten Kundenprozesse professionell gemanagt werden können – heute und in Zukunft. Das Ergebnis: mehr Umsatz, bessere Kundenbeziehungen und höhere Kundenzufriedenheit. Auf die Frage nach der Zusammenarbeit hinsichtlich Qualität, Verlässlichkeit und Expertise hat Boris Falk eine klare Antwort: „BDL antizipiert frühzeitig, was die Medienbranche in herausfordernden Zeiten benötigt. Auf diese Lösungen können wir uns 100 % verlassen.“

Boris Falk, Group Head of Technology



„Für uns ist BDL nicht nur Dienstleister, sondern ein wichtiger Teil des Teams, das unsere Plattform fit für die Zukunft macht.“

Michael Schrader, Vorstand der VNR AG, arbeitet seit vielen Jahren erfolgreich mit BDL zusammen. dialogONE ist heute fest im Kern der gesamten Plattform verankert: Millionen von Datensätzen, tausende Kampagnen, rund um die Uhr. Was als TeleSales- und Print-System begann, ist heute in viele weitere Bereiche hineingewachsen – darunter Direct Sales, Customer Success und Kundenservice. Und der Blick richtet sich bereits weiter nach vorn: „Viele – nahezu alle – aktuellen Zukunftsprojekte drehen sich um KI und agentenbasierte Systeme. Entscheidend werden dabei eine konsequente API-first-Architektur sowie die Nutzung standardisierter und sauber dokumentierter Schnittstellen sein. So können unsere KI-Anwendungen und Agenten künftig effizient mit den Systemen zusammenarbeiten und Hand in Hand mit unseren Expertenteams für unsere Kunden agieren.“

Michael Schrader, Vorstand der VNR AG

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

**5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst**

ÜBER BDL

Let's Connect

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen sichtbar ins Handeln kommst.

Das Whitepaper endet nicht mit einem Appell, sondern mit konkreten Handlungsempfehlungen. Keine davon ist ein Großprojekt. Jede einzelne bringt dein Medienunternehmen innerhalb der nächsten drei Monate einen sichtbaren Schritt nach vorn.



SCHRITT 01

Klarheit über Strategie schaffen.

Du hast eine Unternehmensstrategie. Aber hast du daraus eine klare System-, Daten- und KI-Strategie abgeleitet? Welche Maßnahmen sind notwendig? Was zahlt wirklich auf deine Unternehmensziele ein?

- > Unternehmensziele in ein Daten- und KI-Zielbild übersetzen: erarbeiten, welche Rolle Daten, Systeme und KI konkret für Umsatz, Kosten und Kundenbeziehungen spielen sollen.
- > 3-5 strategische Leitplanken für Technologie ableiten – z. B. „ein zentrales Kundensystem“, „Best-Practices anwenden“, „Service automatisieren, ohne Qualität zu verlieren“.
- > Laufende Projekte konsequent bewerten: alle Digital- und KI-Initiativen darauf prüfen, ob sie messbar auf die Unternehmensziele einzahlen. Was nicht passt, stoppen.



SCHRITT 02

Systeme, Daten und Prozesse sichtbar machen.

Wie sichtbar ist in deinem Haus, welche Daten es gibt und wie die dazugehörigen Prozesse ablaufen? Solange Daten und Abläufe im Vertrieb, Media-Sales und Kundenservice eine Black-Box sind, bleiben KI-, Personalisierungs- und Automatisierungsprojekte Zufallstreffer.

- System- und Prozesslandkarte erstellen: alle relevanten Systeme und Kernprozesse visualisieren: Wo entstehen welche Daten, welche Datenströme gibt es, wo werden sie verändert, wo bleiben sie ungenutzt?
- Schmerzpunkte klar benennen: wo dauert es zu lange, wo wird doppelt gearbeitet, wo laufen Prozesse zwischen Print und Digital auseinander? Und wo drohen echte Risiken, etwa bei rechtssicheren Opt-Ins?
- Quick-Wins priorisieren und SMART starten: aus der System- und Prozess-Landkarte 3-5 schnelle Verbesserungen ableiten, Verantwortliche benennen, Umsetzung auf 90 Tage begrenzen und Vorher-Nachher-Kennzahlen festlegen.



SCHRITT 03

Systeme nutzen, die Mehrwert bringen.

Wie viele deiner Systeme zahlen heute auf deine Ziele ein, steigern Umsatz, senken Kosten oder verbessern das Kundenerlebnis? Sehr häufig wird für Funktionen bezahlt, die niemand nutzt, während Teams trotzdem in Excel & Co. arbeiten und auf teures Customizing ausweichen.

- Best-of-Breed statt Einheitslösung: finde für jede Aufgabe das richtige System, das sich sauber integrieren lässt. Die eine Lösung, die alles kann, gibt es nicht.
- Modulare Systemlandschaft aufbauen: ein Integration-Hub übernimmt die Orchestrierung und hält die Architektur offen für das, was sich morgen verändert.
- KI von Anfang an einplanen: wer KI als integralen Bestandteil seiner Architektur denkt, kann Prozesse wirklich End-to-End automatisieren. Wer es nachträglich andockt, baut das nächste Silo.

04

SCHRITT 04

Die richtigen Menschen einbinden.

Technologie allein verändert nichts. Eine neue Systemarchitektur funktioniert nur, wenn das eigene Team das Ziel versteht und mitträgt – und die richtigen Partner die notwendige Erfahrung einbringen.

- Das Team früh einbinden, das Zielbild gemeinsam definieren und alle auf die gleiche Richtung einschwören – Leitplanken geben dabei Orientierung und sorgen für schnellere Entscheidungen.
- Partner wählen, die echte Branchenexpertise mitbringen – nicht solche, die die Medienbranche erst kennenlernen, während sie dein Projekt umsetzen.
- Die Community nutzen und von Unternehmen lernen, die vergleichbare Transformations- und Integrationsprojekte bereits gemeistert haben.

05

SCHRITT 05

Pragmatisch, schrittweise und ohne Big Bang umsetzen.

Das Ziel steht fest. Jetzt geht es darum, den Weg dorthin konsequent zu gehen, ohne alles auf einmal umzuwerfen. Die neue Architektur muss im laufenden Betrieb wachsen können, und jeder Schritt messbar auf das Ziel einzahlen.

- Parallelbetrieb statt Ablösung auf einen Schlag: eine Migrationsstrategie entwickeln, die den Aufbau der neuen Architektur – sofern machbar – neben der bestehenden Umgebung ermöglicht.
- In klar abgegrenzten Iterationen vorgehen – jeder Schritt liefert ein konkretes Ergebnis und einen messbaren Nutzen.
- Kontinuierlich überprüfen, wie jeder nächste Schritt auf die gesetzte Zielsetzung einzahlt. Was nicht wirkt, wird angepasst.

KAPITEL 01

DER WENDEPUNKT

Warum die nächsten Monate
über deinen Vorsprung entscheiden

KAPITEL 02

DIE SYSTEMGRENZE

Wo heutige Verlagsstrukturen
an ihre Grenzen stoßen

KAPITEL 03

DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN

Was wir von den erfolgreichsten
Verlagen lernen können

KAPITEL 04

DIE NEUE ARCHITEKTUR

So machen integrierte Plattformen
in der Praxis den entscheidenden
Unterschied

KAPITEL 05

KI ALS WACHSTUMSTREIBER

Wie du mit KI als operativem
Bestandteil messbaren Nutzen schaffst

KAPITEL 06

DER RICHTIGE PARTNER

Warum Technologie allein nicht reicht

KAPITEL 07

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

5 Schritte, mit denen du in 90 Tagen
sichtbar ins Handeln kommst

Wissen, wo dein Medienunternehmen steht – in einem ehrlichen Gespräch.

Wenn du wissen willst, wo dein Medienunternehmen heute steht und welche konkreten Schritte als Nächstes sinnvoll wären, hast du die Möglichkeit, in einem unverbindlichen Erstgespräch eine erste, ehrliche Einschätzung zu bekommen.

Keine Standardpräsentation. Kein Verkaufsgespräch. Eine Potenzialanalyse.

Was du in deinem Erstgespräch bekommst

- Eine **ehrliche Einschätzung** zu deiner aktuellen System- und Datenlandschaft.
- **Drei konkrete Hebel**, die in deinem Haus am **schnellsten Wirkung** zeigen würden.
- Einen realistischen Einblick, **was vergleichbare Häuser in 6-12 Monaten erreicht haben**.
- **Klarheit** darüber, ob eine **Zusammenarbeit** mit BDL überhaupt zu deinem Setup passt.

Jetzt Termin vereinbaren

Im Erstgespräch lernen wir uns kennen, verschaffen uns einen Überblick über euer Medienunternehmen und liefern euch direkt praxisnahe Impulse, neue Perspektiven auf eure Prozesse sowie ehrliches, persönliches Feedback.

→ **Termin direkt online wählen**

Zu Calendly

www.calendly.com/md-bdl/erstgesprach

Oder erst einmal mehr über dialogONE erfahren

Auf unserer Produktseite erfährst du, wie dialogONE funktioniert und wie wir mit Medienhäusern zusammenarbeiten.

Zu dialogONE

www.bdl.de/dialogone



ÜBER BDL

Let's Connect.

BDL ist seit über 25 Jahren Innovationspartner und Impulsgeber für die Medienbranche. Wir entwickeln Plattformen und Produkte, mit denen Verlage und Medienhäuser Print stabil halten und Digital skalieren – darunter dialogONE als Integration-Hub für den gesamten Kundenlebenszyklus und aiONE für den operativen Einsatz von KI in Verlagsprozessen.

Wir arbeiten mit Unternehmen wie der Mediengruppe Pressedruck, Aschendorff Medien, Ernst Klett Sprachen, Suhrkamp Verlag, VNR Group, VDI Verlag und vielen weiteren zusammen. Was uns antreibt: die Zukunftsfähigkeit unserer Kunden.

Drei Dinge, die BDL anders macht



01

**25 Jahre ausschließlich
Medienbranche.**

Keine Allgemeinberatung, keine
Branchenwechsel.

02

**Plattform plus
Implementierung
plus Coaching.**

Wir liefern Software und sorgen
dafür, dass sie wirkt.

03

**Partnerschaftlich
statt projektbezogen.**

Wir stehen dir auch außerhalb
laufender Projekte als verlässlicher
Sparringspartner zur Verfügung.

