

Pressemitteilung 64/2018

It's all about data? It's all about the use of data!

Zweiter Kongress-Tag des VDZ Tech Summit thematisiert Change-Prozesse, Daten-Analyse und Machine Learning | Starke Partner, Cases und Visionen von Alibaba, Microsoft, Oetker, TI Media u.v.m.

Hamburg/Berlin, 21. November 2018 – Der zweite Tag des VDZ Tech Summit stellte die Nutzung aktueller IT-Trends in den Medienhäusern in den Mittelpunkt des Kongressprogramms. Wie man ein großes britisches Medienhaus erfolgreich umfirmiert, nachdem der amerikanische Mutterkonzern (Time Inc.) übernommen wurde, erläuterte. CIO **Lisa Gannon** in ihrer Keynote „Re-wiring TI Media“ vor: „We did not just had to separate from old owners – we also had to to ‚re-wire‘ the brains from all our employees. And this is so much more than to change all websites, all domain names, contracts.“ Das gelang bei TI Media durch starke Führung, durchdachtes Projektmanagement, Überdenken der Digitalstrategie, Fokus auf Daten-Konvertierung und Konzentration auf Kernmarken. Aber auch strategisches statt taktisch motiviertes quartalsgetriebenes Kostenmanagement spielte in diesem Prozess eine wichtige Rolle.

Diesen Change-Gedanken setzte auch **Arman Savuk**, Oetker Digital, fort. Die Einführung einer Analytics Kultur verbindet kulturellen Wandel hin zur Datengetriebenheit sowie der Betrachtung relevanter Kennzahlen mit Business-Fokus mit wichtigen Learnings für die teilnehmenden Verlagsexperten: „Nachdem wir festgestellt hatten, dass Nutzer zwei Stunden lang auf einer Rezeptseite hoch- und runtergescrollt hatten, haben wir die Platzierung der Zutatenliste geändert. Alle Daten nützen schließlich nichts, wenn man keine Meinung zu dem hat, was man damit eigentlich erreichen will. Sonst ist man nur eine weitere Person mit Daten.“

Best Practice Cases für die Integration von Plattformlösungen und KI auf Verlags- und Nutzerseite präsentierten **Markus Wittig**, factory42 sowie **Dr. Alexander Trommen**, Appsfactory, und **Rajesh Vanniam**, Microsoft. Dr. Trommer, der gemeinsam mit Vanniam die cloud-basierte Anwendung ‚Microsoft Azure‘ im Hause der FAZ vorstellte, unterstrich: „Durch Machine Learning wird nicht das Produkt selbst verändert, sondern die Sortierung für den Leser personalisiert.“ „Dabei ist es uns sehr wichtig, so genannte „Filter-Bubbles“ zu verhindern, durch redaktionelle Auswahl neben KI-basierten Vorschlägen“, ergänzte Vanniam.

Was KI für Medienhäuser bedeuten kann, war das Thema von **Michael Plagge**, Alibaba Cloud Germany: „Die Kunden wollen auf sich passgenau zugeschnittene Angebote erhalten.“ Dabei gilt auch hier: „Create great content – get it to the customer – monetise!“ Plagge erklärte das AI Clipping der Alibaba Cloud, mit der während der Fußball-Weltmeisterschaft 2018 bereits zehn bis 15 Minuten nach Spielende KI-generierte Highlight-Videos der Spiele verfügbar waren: Machine-Learning-Algorithmen generieren Content schneller und passgenau. **Saurabh Verma**, Lead Machine Learning Researcher, erklärte Schritt für Schritt, wie man einen Machine-Learning basierten Chatbot bei Spectrm

„trainiert“: „Activate your data to make it last.“ Auch durch Analyse von Emoticons in Chats, mit denen Spectrm-Bots durch Machine Learning einen Musterabgleich zur Klassifizierung von Absichten vornehmen. Den Kongressabschluss gab **Nico Lumma**, Next Media Accelerator, mit einem Vortrag über Innovation als Service und wie es Medienhäuser schaffen, bei rasanter Entwicklungsgeschwindigkeit am Ball zu bleiben: „Die Basis ist ‘Easy Testing‘ und keine sechsmonatige Implementierung“, fordert Lumma. „Die Intention unserer Investoren ist nicht nur der Wunsch nach Rendite, sondern vor allem der Zugang zu Innovationen.“

Der VDZ spiegelt mit seinem jährlichen Tech Summit den aktuellsten Stand neuester IT-Trends und ihre Entwicklung über die vergangenen Monate im Verlagskontext wieder. Für 120 IT-Experten und Manager bietet der Zwei-Tages Kongress mit zahlreichen Keynotes, Cases und Panels eine unersetzliche Networking-Plattform mit direkten Wissenstransfer. „Es ist unglaublich, welche Entwicklungssprünge in einzelnen Bereichen gerade einmal nach zwölf Monaten sichtbar werden“, bestätigt **Alexander von Reibnitz**, Geschäftsführer Print und Digitale Medien im VDZ. „Wir schauen mit Spannung auf das nächste Jahr.“ Der 6. VDZ Tech Summit fand am 20. und 21. November 2018 in Hamburg statt. Weitere Informationen und den [Livestream](#) finden Sie unter www.vdz-tech-summit.com sowie auf [Facebook](#) und [Twitter](#) unter dem Hashtag #VDZTS.

Weitere Informationen:

Peter Klotzki

Tel: +49 (30) 72 62 98-162

E-Mail: p.klotzki@vdz.de

Internet: www.vdz.de

Facebook: www.facebook.com/VDZPresse

Twitter: www.twitter.com/VDZPresse

YouTube: www.youtube.com/VDZ-channel

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 über 500 Mitgliedsverlage mit mehr als 3.000 Zeitschriften 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 www.publishers-summit.de www.pz-online.de www.deutsche-fachpresse.de www.vdz-akademie.de www.editorial.media www.presse-verkauft.de