



# Sind Sie Disruptor oder Traditionalist?

Die schonungslose Studie zum Innovationsmanagement deutscher Buchverlage



# INNOVATIONSMONITOR PUBLISHING 2019/20

# DAS TEAM



**DANIEL LENZ**

*Digital Publishing Report*



**STEFFEN MEIER**

*Digital Publishing Report*



**ALEXANDER PINKER**

*Medialist Innovation*



**OKKE SCHLÜTER**

*Hochschule der Medien*

ESTIMATED BODY NEEDS

HERE ARE THIS MORNING'S RECOMMENDED  
BREAKFAST OPTIONS



UNSER TAG WIRD  
DIGITALER

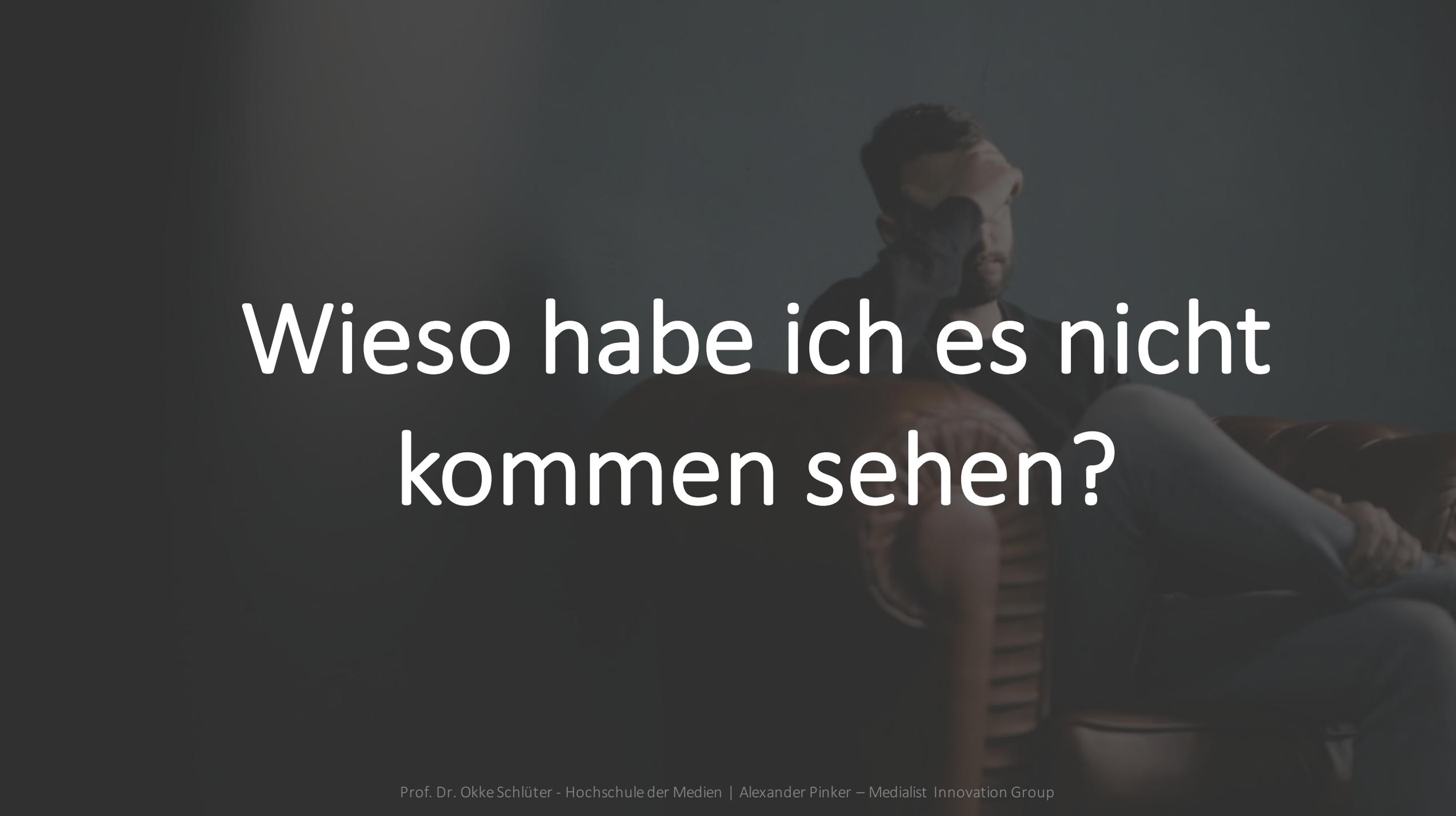


# DER MEDIENKONSUM ZUM ANFASSEN





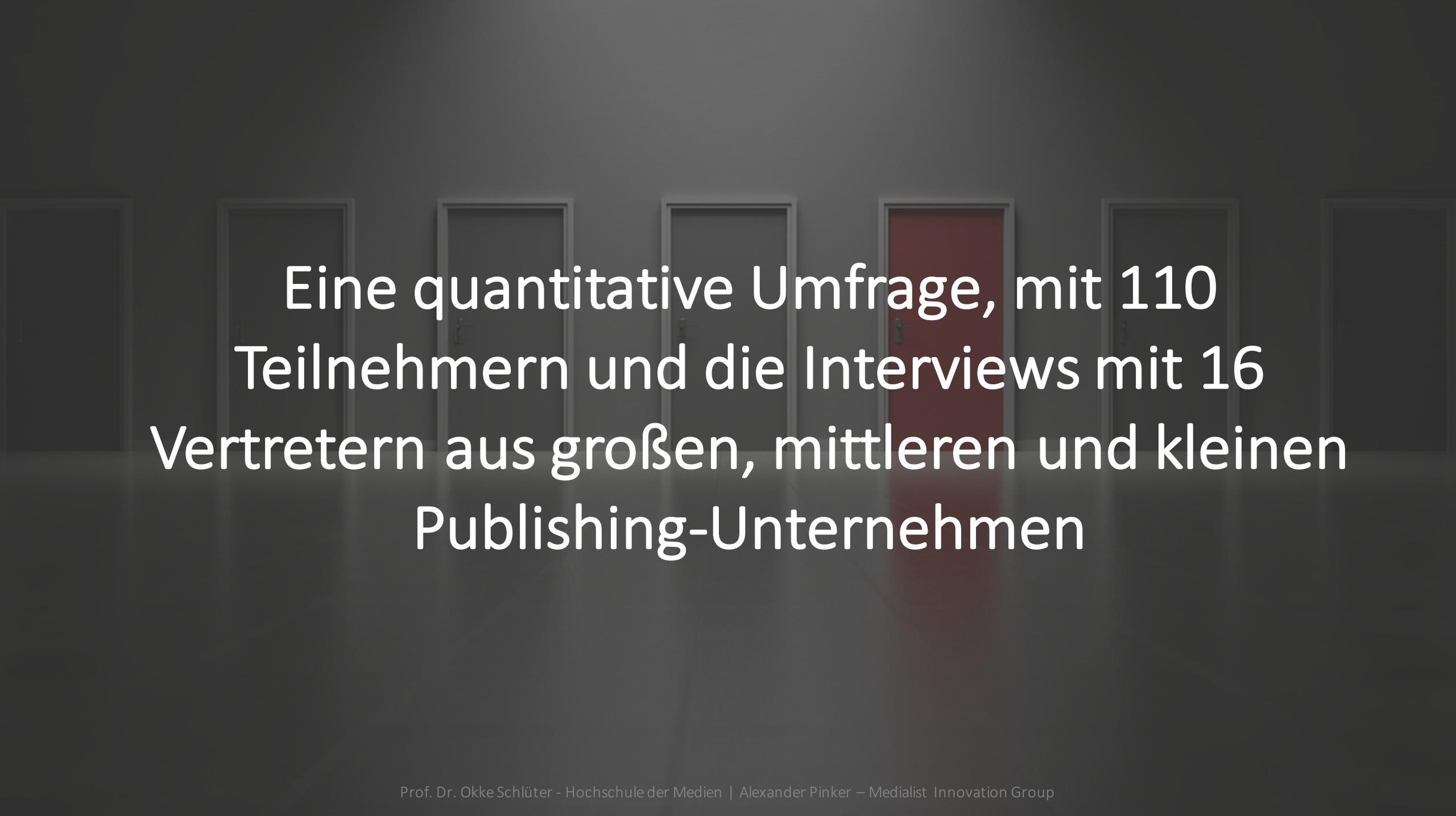
Volatility  
Uncertainty  
Complexity  
Ambiguity

A man and a woman are sitting on a brown leather couch. The man is in the background, looking to the right with a thoughtful expression. The woman is in the foreground, her back to the camera, also looking thoughtful. The scene is dimly lit, creating a contemplative atmosphere.

Wieso habe ich es nicht  
kommen sehen?



# Innovation aus Publishing-Sicht

A hallway with several doors, one of which is highlighted in red. The text is overlaid on the image.

Eine quantitative Umfrage, mit 110  
Teilnehmern und die Interviews mit 16  
Vertretern aus großen, mittleren und kleinen  
Publishing-Unternehmen

# Innovationsdruck hoch und essenziell

Frage

08

Wie dringlich sind grundsätzlich Innovationen, um aktuell in Ihrem Markt zu bestehen? (*Obligatorisch*)

Antworten

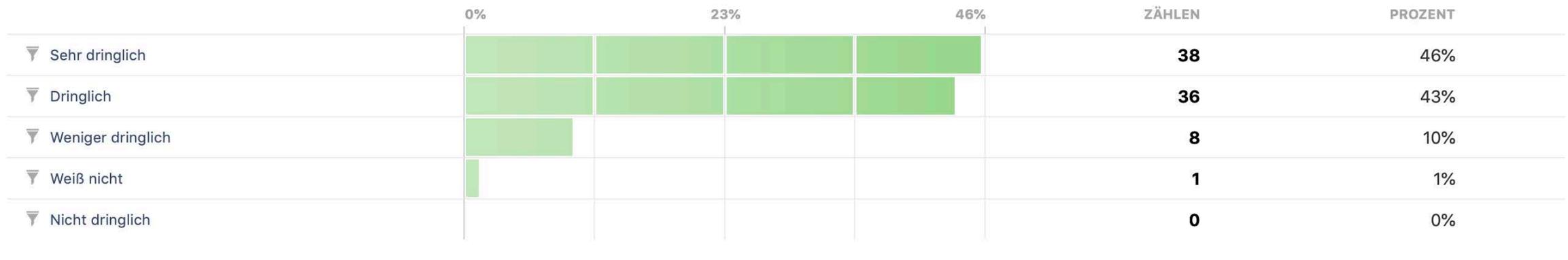
**83**

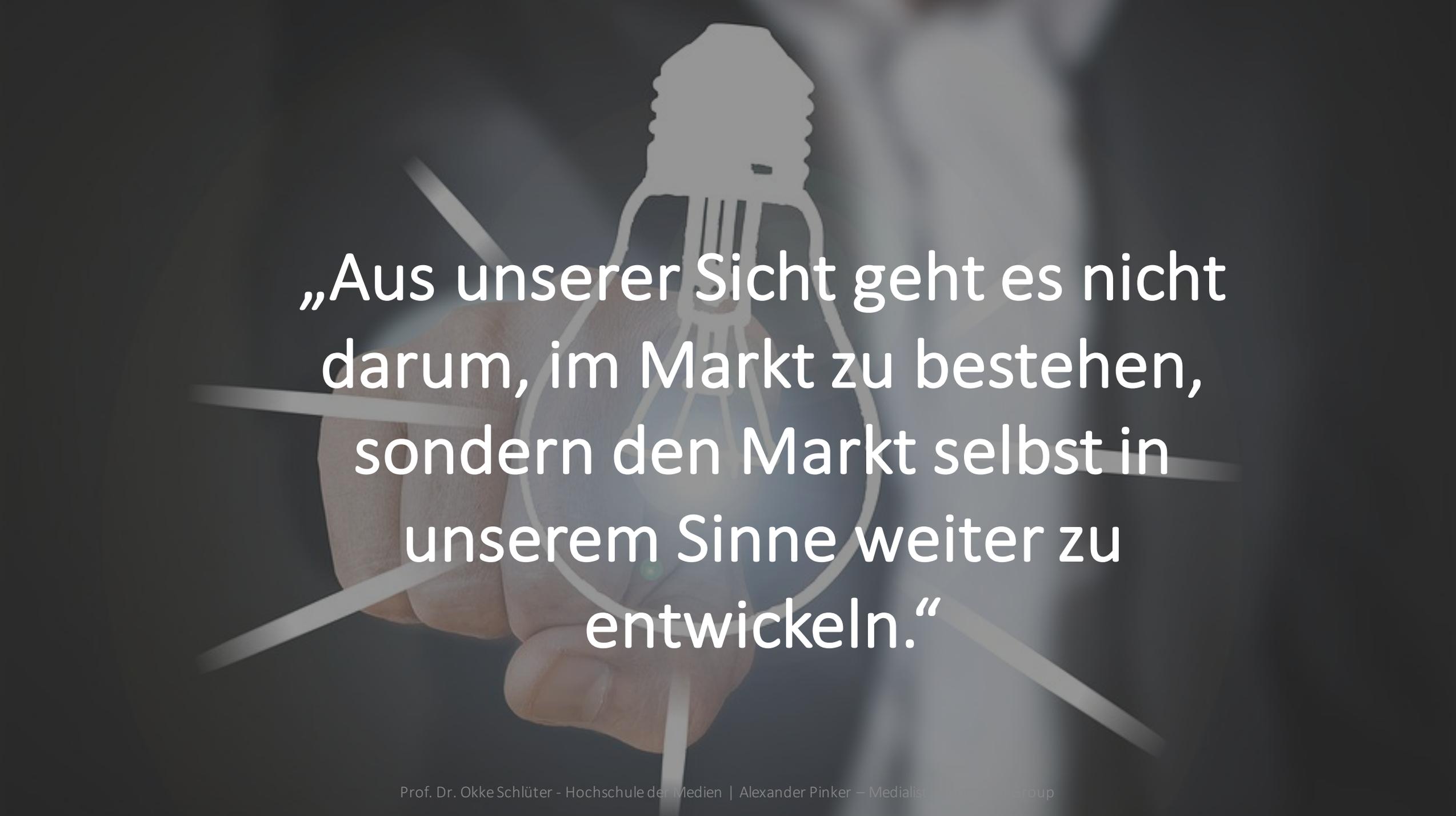
75%

Skips

**27**

25%



A hand holding a glowing lightbulb with a white glow effect. The background is dark with some faint, glowing lines.

„Aus unserer Sicht geht es nicht darum, im Markt zu bestehen, sondern den Markt selbst in unserem Sinne weiter zu entwickeln.“



## WANDEL DES BUSINESS

**45%**

sehen ihr Geschäft  
aktuell als bedroht an

# Mehrheit reagiert mit Diversifikation

Frage

10

Wie gehen Sie mit der Bedrohung um? (*Obligatorisch*)

Antworten

**83**

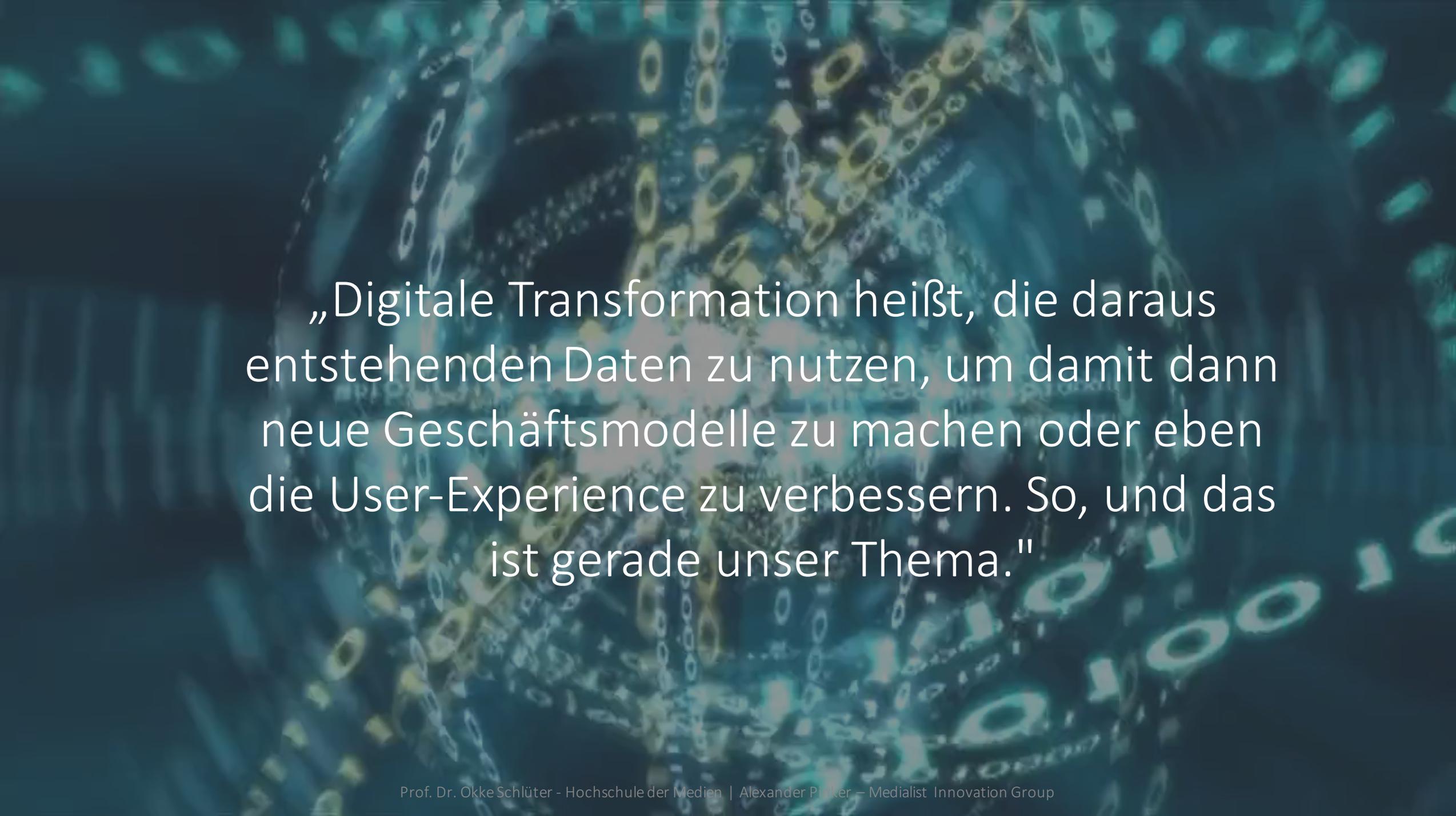
75%

Skips

**27**

25%

	0%	29%	58%	ZÄHLEN	PROZENT
▼ Eher Vorstoß in Neue Märkte (Produkte, Zielgruppen, Länder)				<b>48</b>	58%
▼ Eher Konzentration auf Kernkompetenzen				<b>19</b>	23%
▼ Andere Option				<b>10</b>	12%
▼ Weiß nicht				<b>6</b>	7%



„Digitale Transformation heißt, die daraus entstehenden Daten zu nutzen, um damit dann neue Geschäftsmodelle zu machen oder eben die User-Experience zu verbessern. So, und das ist gerade unser Thema.“



Vorstoß in neue Märkte,  
Mediennutralität,  
konsequente Digitalisierung  
und neue Produkte

# Innovationen, Technologien & Vertrieb ganz oben

Frage  
**11**

Welche Bedeutung denken Sie werden die folgenden Themen in den kommenden 5 Jahren für Ihre Branche haben?  
(Obligatorisch)

Antworten  
**83**  
75%

Skips  
**27**  
25%

Hitzekarte  Balkendiagramm

Werte  Prozent

	KEINE	GERINGE BEDEUTUNG	MITTLERE	GROSSE	SEHR GROSSE BEDEUTUNG	WEISS NICHT
Neue digitale Produkte	0 (0%)	1 (1.2%)	12 (14.46%)	30 (36.14%)	<b>40 (48.19%)</b>	0 (0%)
Neue Print-Produkte	6 (7.23%)	<b>27 (32.53%)</b>	26 (31.33%)	15 (18.07%)	8 (9.64%)	1 (1.2%)
Blockchain	15 (18.07%)	<b>19 (22.89%)</b>	15 (18.07%)	10 (12.05%)	6 (7.23%)	<b>18 (21.69%)</b>
Big Data	8 (9.64%)	5 (6.02%)	17 (20.48%)	<b>24 (28.92%)</b>	21 (25.3%)	8 (9.64%)
Virtual Reality (VR)/ Augmented Reality (AR)	16 (19.28%)	22 (26.51%)	<b>25 (30.12%)</b>	8 (9.64%)	10 (12.05%)	2 (2.41%)
Künstliche Intelligenz (KI)	14 (16.87%)	10 (12.05%)	16 (19.28%)	18 (21.69%)	<b>21 (25.3%)</b>	4 (4.82%)
Cloud Computing	7 (8.43%)	6 (7.23%)	19 (22.89%)	<b>23 (27.71%)</b>	19 (22.89%)	9 (10.84%)
Zielgruppenspezifische/ individualisierte Angebote	0 (0%)	3 (3.61%)	8 (9.64%)	22 (26.51%)	<b>45 (54.22%)</b>	5 (6.02%)
Omni-Channel-Vertrieb	0 (0%)	3 (3.61%)	12 (14.46%)	23 (27.71%)	<b>39 (46.99%)</b>	6 (7.23%)

# AGENDA 2024: neue zielgruppenspezifische Angebote und Ausbau der digitalen Geschäftsmodelle

# Mehrheit sieht eigene Innovation im Mittelfeld

Frage

13

Wie schätzen Sie grundsätzlich die Innovativität Ihres Unternehmens ein? (Skala 1-10, 10 am höchsten) (*Obligatorisch*)

Antworten

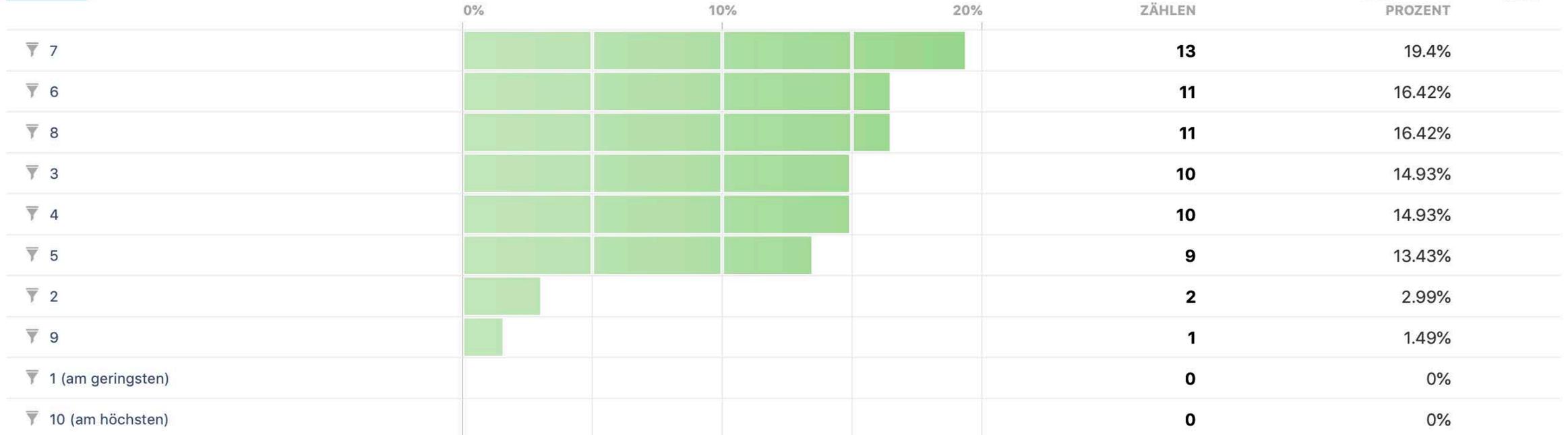
**67**

61%

Skips

**43**

39%



# Mehrheit der Verlage empfindet sich als offen

Frage

14

Wie ausgeprägt ist die Ideenoffenheit im Unternehmen bei Ideen, die Mitarbeiter vortragen? (*Obligatorisch*)

Antworten

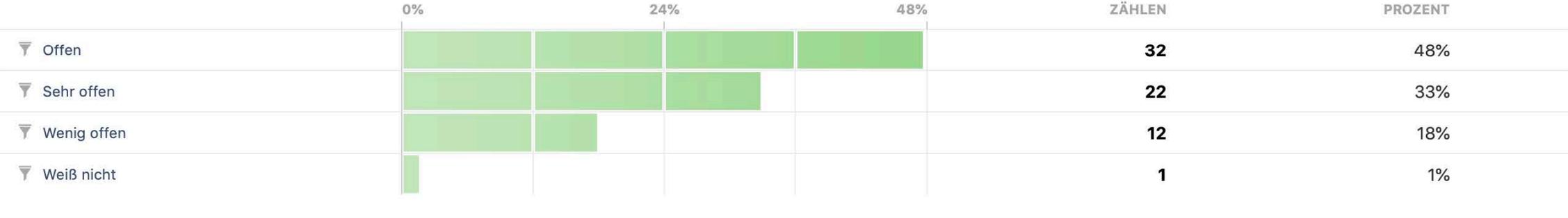
67

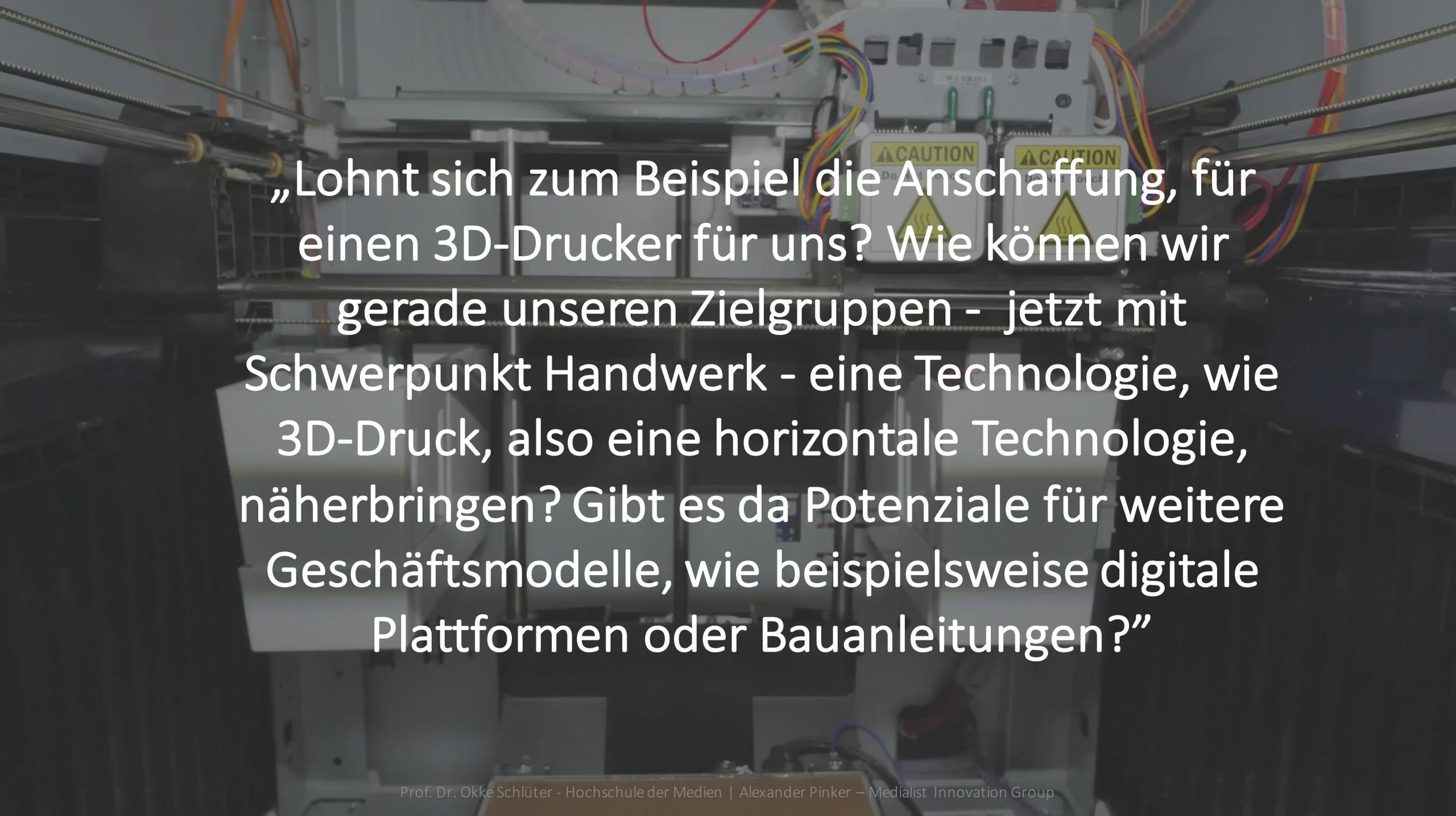
61%

Skips

43

39%



A 3D printer is shown in a dimly lit environment. The printer is white and has a yellow warning sign that says 'CAUTION' with a flame icon. The printer is surrounded by various cables and mechanical parts. The text is overlaid on the image in a white, sans-serif font.

„Lohnt sich zum Beispiel die Anschaffung, für einen 3D-Drucker für uns? Wie können wir gerade unseren Zielgruppen - jetzt mit Schwerpunkt Handwerk - eine Technologie, wie 3D-Druck, also eine horizontale Technologie, näherbringen? Gibt es da Potenziale für weitere Geschäftsmodelle, wie beispielsweise digitale Plattformen oder Bauanleitungen?“

# Reaktionsgeschwindigkeit problematisch

Frage

15

Wie schnell reagiert Ihr Unternehmen auf Veränderungen oder Trends von außen? (*Obligatorisch*)

Antworten

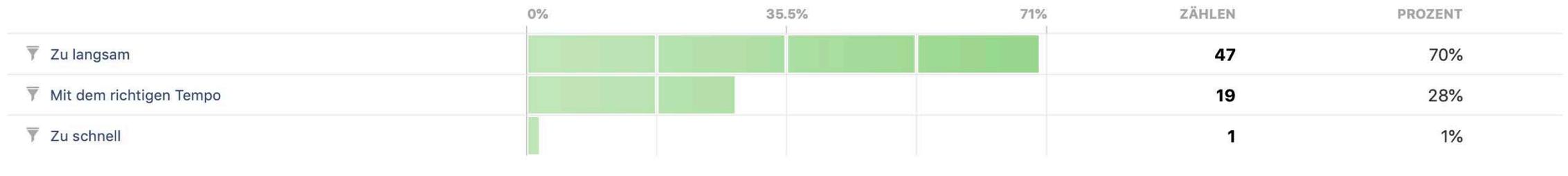
67

61%

Skips

43

39%





# Arten der Innovation

# Top-down toppt bottom-up

Frage  
**19**

Woher kamen in den letzten zwei Jahren innovative Ideen und Impulse? (Mehrfachantworten möglich) (*Obligatorisch*)

Antworten

**67**

61%

Skips

**43**

39%

	0%	11%	22%	ZÄHLEN	PROZENT
▼ Mitarbeiter der Abteilungen				<b>44</b>	22%
▼ Von der Geschäftsführung/ -leitung				<b>42</b>	21%
▼ Impulse von außen (zB Anregungen von Kunden, Dienstleistern)				<b>37</b>	18%
▼ Abteilungsleitungen				<b>34</b>	17%
▼ Ergebnis von Innovations-Meetings/ -Events				<b>28</b>	14%
▼ Business Development				<b>13</b>	6%
▼ Andere Option				<b>6</b>	3%

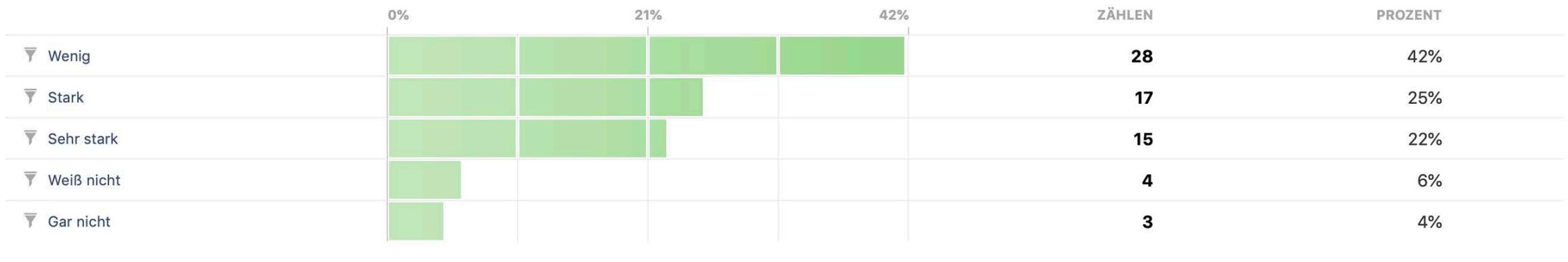
# Neue Arten der Innovation

Frage  
**23**

Wie stark nutzen Sie Feedback der Zielgruppe (z.B. Kunden oder Mitarbeiter) im Innovationsprozess? (*Obligatorisch*)

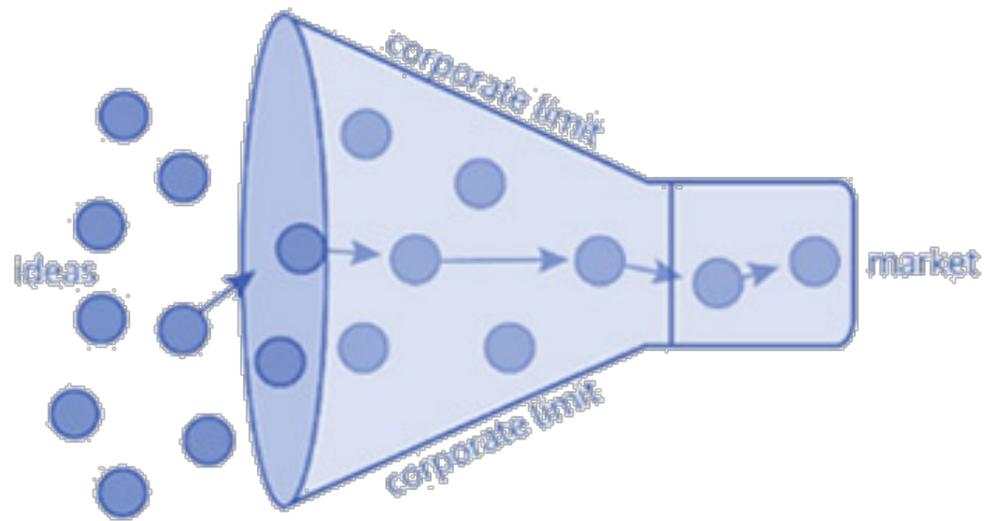
Antworten  
**67**  
61%

Skips  
**43**  
39%



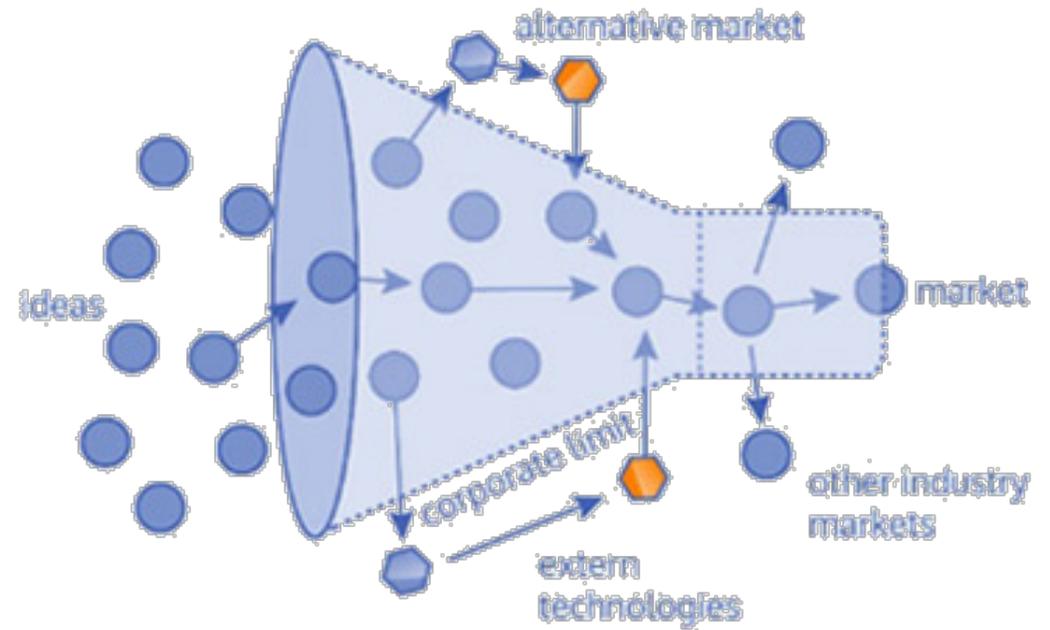
*Bei der quantitativen Umfrage sitzt der Kunde nicht mit am Tisch*

## Closed Innovation Model

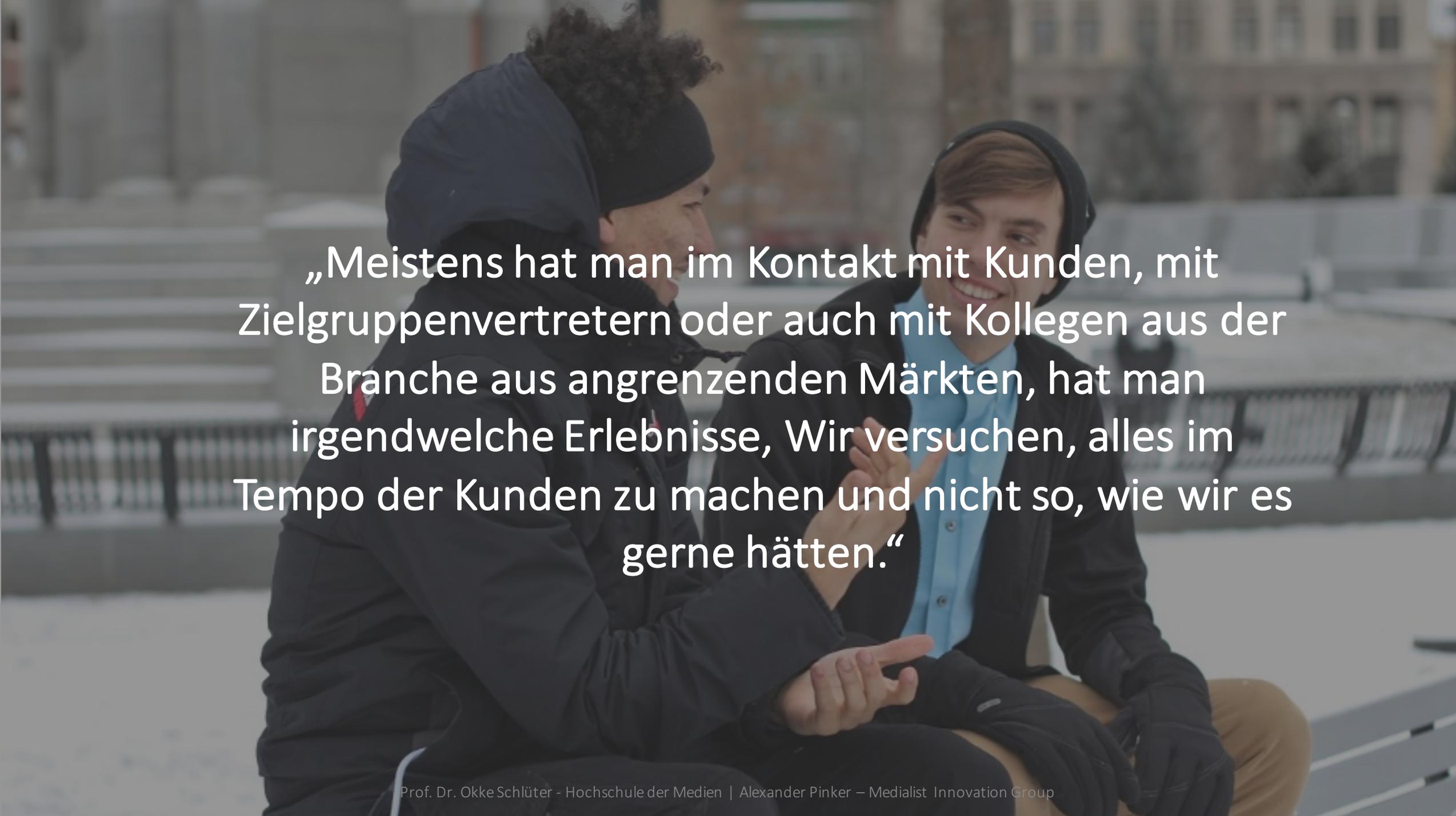


Past

## Open Innovation Model



Present

A photograph of two people sitting on a bench outdoors in winter. They are both wearing dark, hooded winter jackets. The person on the left has dark curly hair and is wearing a black beanie. The person on the right has brown hair and is wearing a light blue shirt under their jacket. They are both smiling and appear to be in conversation. The background is a blurred outdoor setting with a fence and buildings.

„Meistens hat man im Kontakt mit Kunden, mit Zielgruppenvertretern oder auch mit Kollegen aus der Branche aus angrenzenden Märkten, hat man irgendwelche Erlebnisse, Wir versuchen, alles im Tempo der Kunden zu machen und nicht so, wie wir es gerne hätten.“

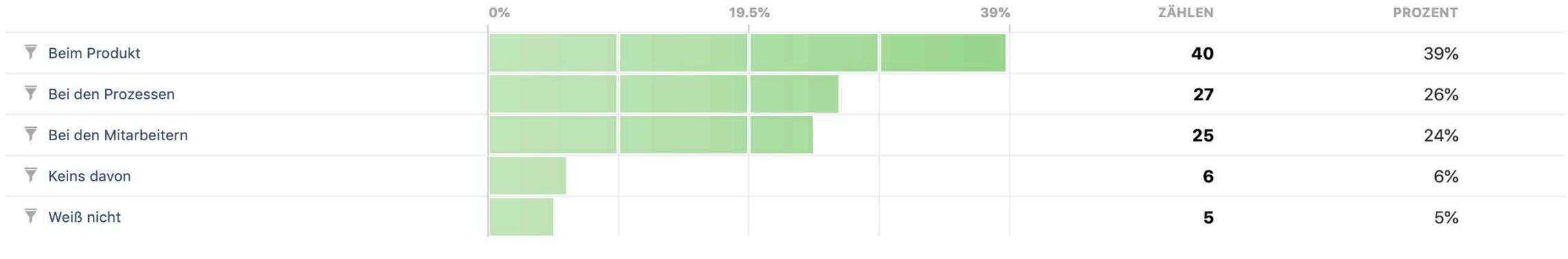
# Produktinnovation am stärksten vertreten

Frage  
**20**

Worauf fokussiert sich Ihr Innovationsmanagement? Wo setzt Ihr Unternehmen also den zentralen Hebel an, um Innovation zu realisieren? (Mehrfachantworten möglich) (*Obligatorisch*)

Antworten  
**67**  
61%

Skips  
**43**  
39%



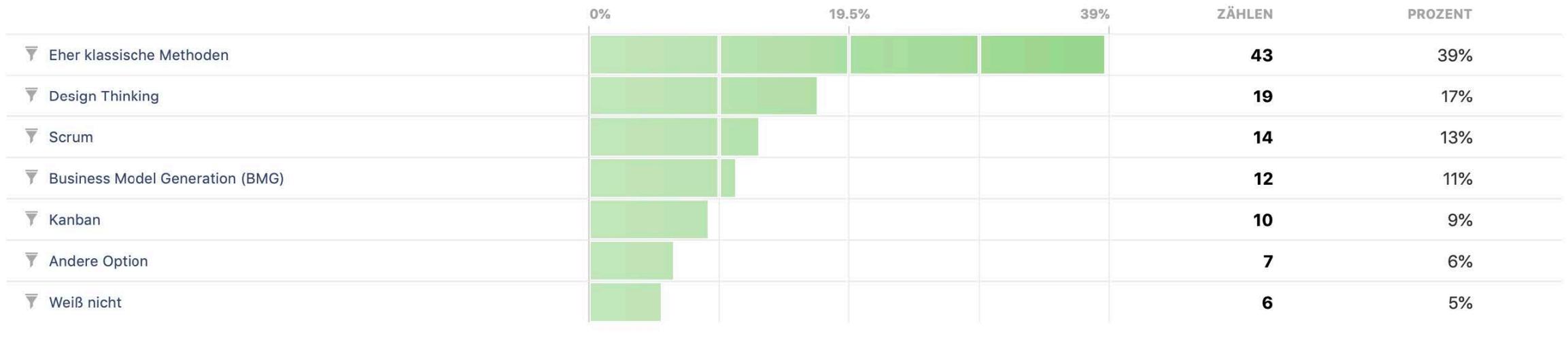
# Klassische Methoden dominieren Innovationsarbeit

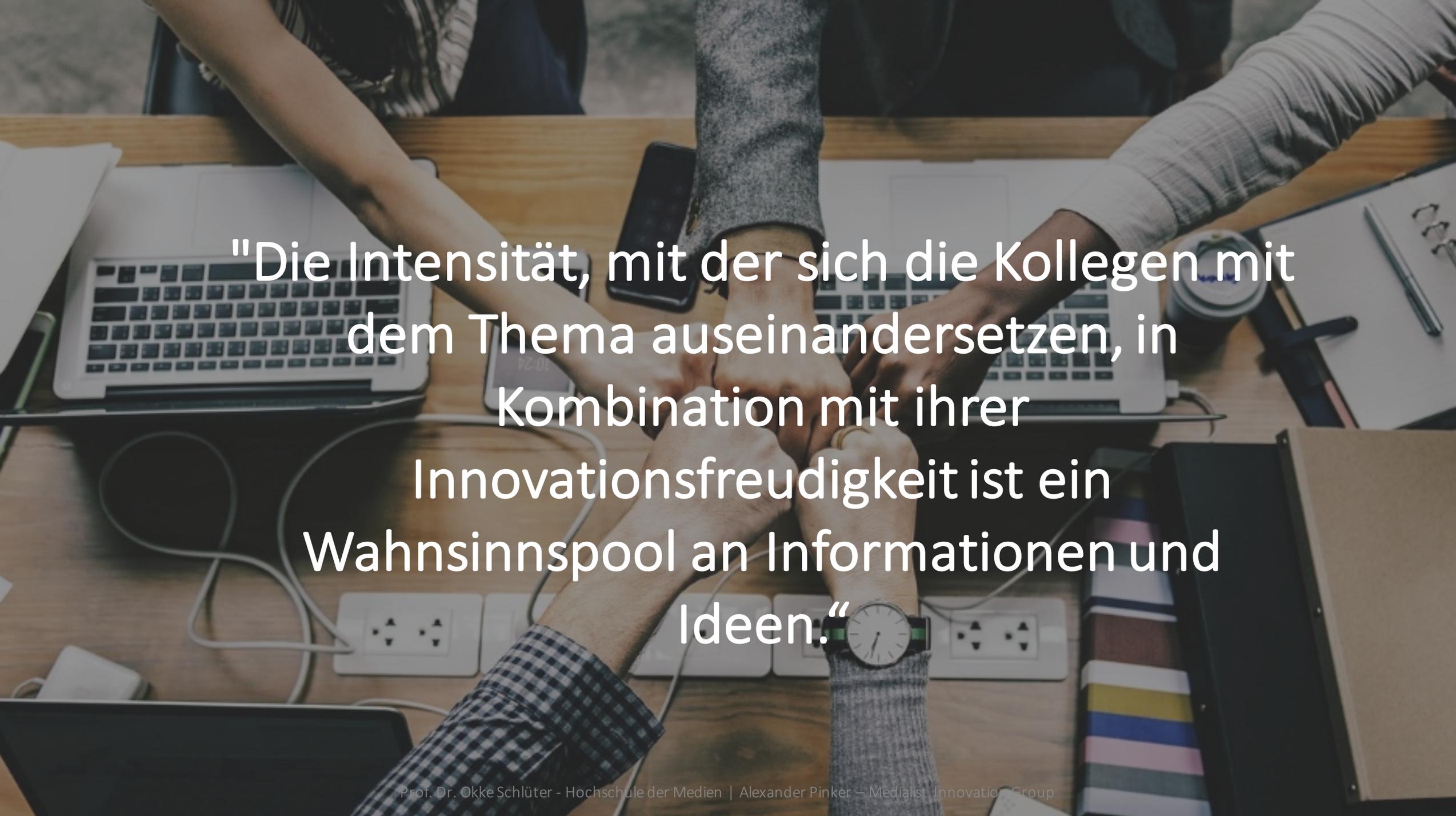
Frage  
**21**

Arbeiten Sie mit klassischen und/oder agilen Methoden? (Mehrfachantworten möglich) (*Obligatorisch*)

Antworten  
**67**  
61%

Skips  
**43**  
39%





"Die Intensität, mit der sich die Kollegen mit dem Thema auseinandersetzen, in Kombination mit ihrer Innovationsfreudigkeit ist ein Wahnsinnspool an Informationen und Ideen."

A man with a beard and dark hair is looking upwards and to the right. He is wearing a light-colored, short-sleeved button-down shirt. The background is a dark, futuristic environment with a grid of glowing blue nodes connected by thin lines. Some nodes are larger and more prominent, while others are smaller. The overall lighting is blue and high-tech.

Seien Sie ein Pionier  
der digitalen  
Revolution!