



© Panthermedia/AndreyPopov

sischen Newsletters könnte man zum Beispiel Themen definieren, von denen man weiß, dass sich *diese* Person dafür interessiert. Natürlich können sich Affinitäten ändern. Insofern ist es wichtig, das System auch immer wieder lernen zu lassen.“

Im Gegensatz zu Polterauer glaubt Vaclav nicht an die Zahlungsbereitschaft der Leser, sondern sieht die Geschäftsmodelle von Fachverlagen in Kombination mit Künstlicher Intelligenz in anderen Bereichen gelagert. „Ich denke, *direkter Nutzen* ist das Geheimnis, für das die Leute zahlen.“ Genau dabei kann KI laut Vaclav pointiert eingesetzt werden: um wirklich zu segmentieren und zu filtern, wer sich wofür interessiert und was das „Next best Offer“ sein könnte.

Konstante Veränderung

Im Gegensatz zu den dystopischen Prognosen, die derzeit durch die Medien gepeitscht werden, glaubt Vaclav nicht an die große Kündigungswelle in

Agenturgründer

Michael Vaclav gründete die Wiener Growth Marketing-Agentur Brandreach.

der Verlagsbranche durch den Einsatz von KI: „Ich glaube, der Verlag der Zukunft wird nicht weniger Leute haben, weder im Marketing noch in der Redaktion, aber das Tätigkeitsfeld wird sich dramatisch ändern.“



© brandreach

Polterauer wettet in seiner Voraussage stärker auf veränderte Geschäftsmodelle: „Ich glaube, dass sich die Verlage aufteilen werden. Es wird die Gruppe geben, die sich auf Content und Vermarktung spezialisiert. Und dann wird es einen Teil des Verlags geben, der sich nur mit der Distribution auseinandersetzt.“

Noch haben österreichische Verlage nicht damit begonnen, KI über die Forenwartung hinaus ins Tagesgeschäft einzubinden. Das liegt einerseits an der Furcht vor ungewissen Dynamiken, andererseits an historisch gewachsenen Hindernissen, wie nicht zusammengeführten Datensilos.

Will man mit den weltweiten Entwicklungen Schritt halten und die direkte Ansprache der Kunden auf allen Kanälen forcieren, gilt es, eine Pause einzulegen, die runden Räder der Mitbewerber auf der Überholspur zu studieren und möglicherweise selbst zum Vorreiter zu werden, wenn auch zuerst mal nur im Herzen Europas. (ssch)