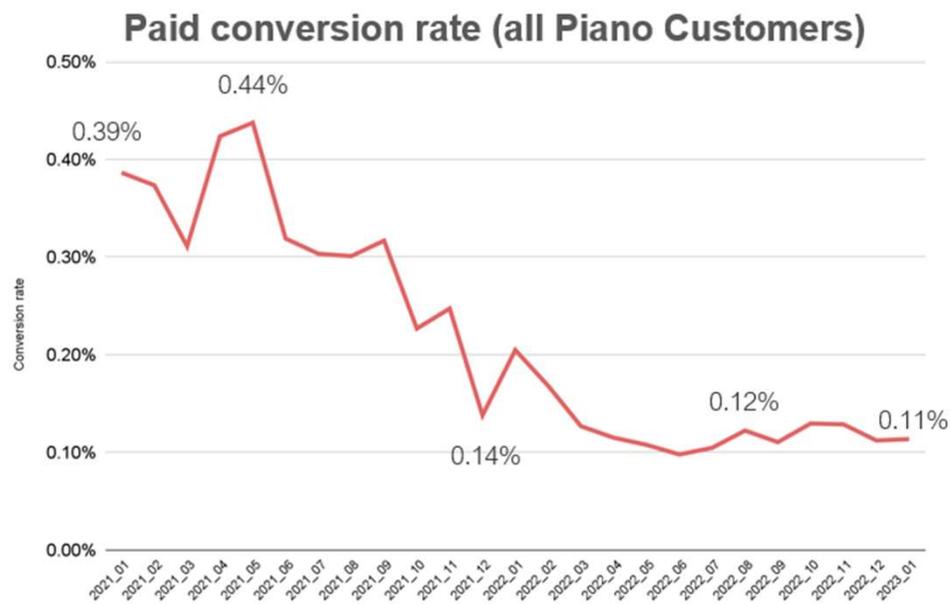


Warum Personalisierung mit KI die Zukunft von Paid Content ist

KI-Woche der dfv Mediengruppe

Andreas Hoffmann, 13. Mai 2024

Subscription weltweit: Auf Wachstum folgt Konsolidierung



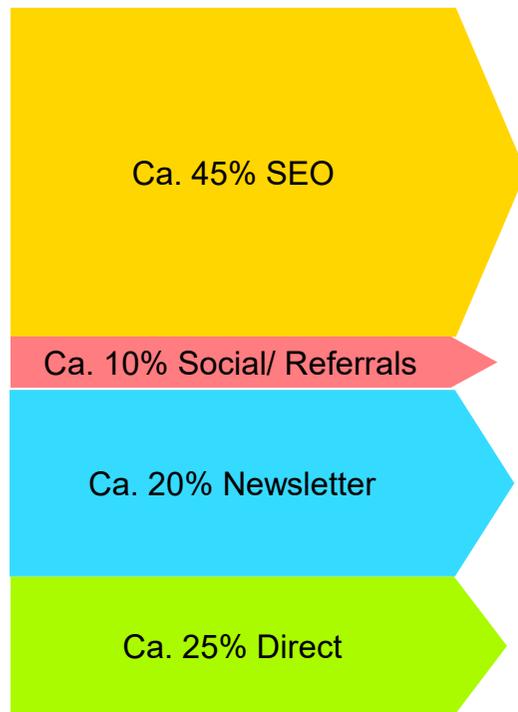
Benchmark medians:

Paid conversion rate - ratio of unique visitors purchased a subscription from unique visitors seen at least one paid offer

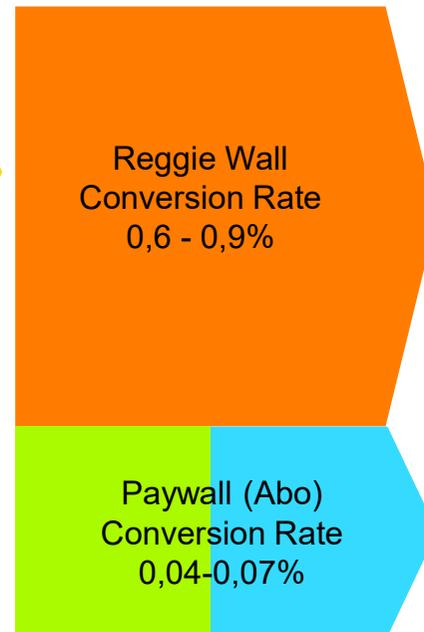
- Die Nutzungsdaten bleiben stabil auf hohem Niveau, die Wandlungsraten an der Paywall sinken jedoch seit 2022 weltweit.
- Weiteres Wachstum ist nur möglich mit neuen Angeboten, neuen Prozessen und noch zielgenauerer Ansprache der User bezogen auf ihre Situation und ihre Kaufbereitschaft.

/ Dynamische Paywall heute: optimierte Wenn-Dann-Regeln

Verteilung Traffic

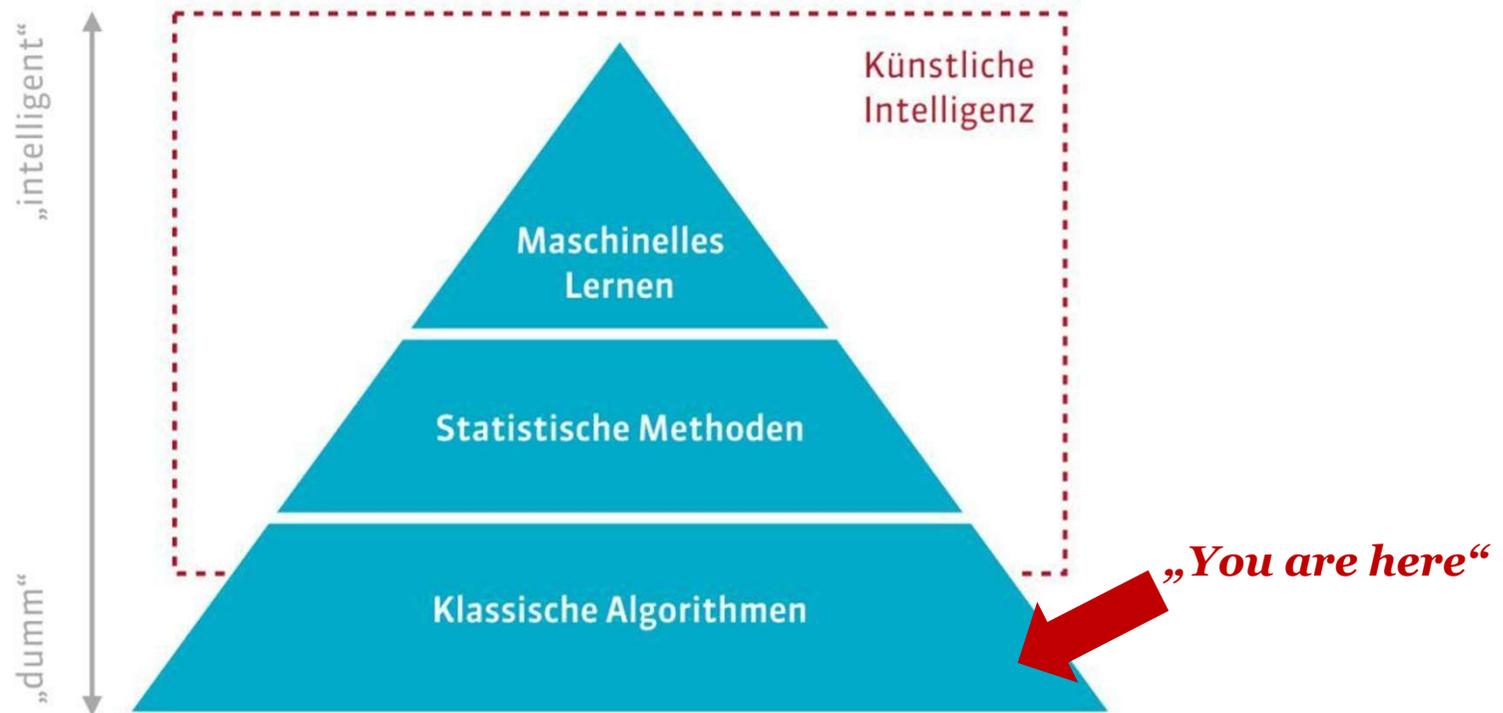


Ausspielung Paywall



- Optimierung mit A/B-Tests
- Verlässliche Benchmarks und Potenziale
- Segmentierungen und Experiences
- Konnte Piano-Algorithmus outperformen
- **ABER:** Welche Artikel geschützt sind, bleibt „Bauchgefühl“ und manuelle Aufgabe der Redaktion

Dynamic Paywalls today are not AI



Quelle: ecube.de

KI an der Paywall ist eigentlich Personalisierung, die von Menschen nicht geleistet werden kann

Personalisierung der Inhalte

- Ziel: Engagement, Kundenbindung, Conversion
- Bühne, Ressort, gesamte Homepage

Personalisierung der Paywall / Reggie Wall

- Trade-Off Reggie Wall vs. Paywall für mehr Abos
- Besseres Lead Nurturing mit Inhalten, gezieltere Abo-Angebote

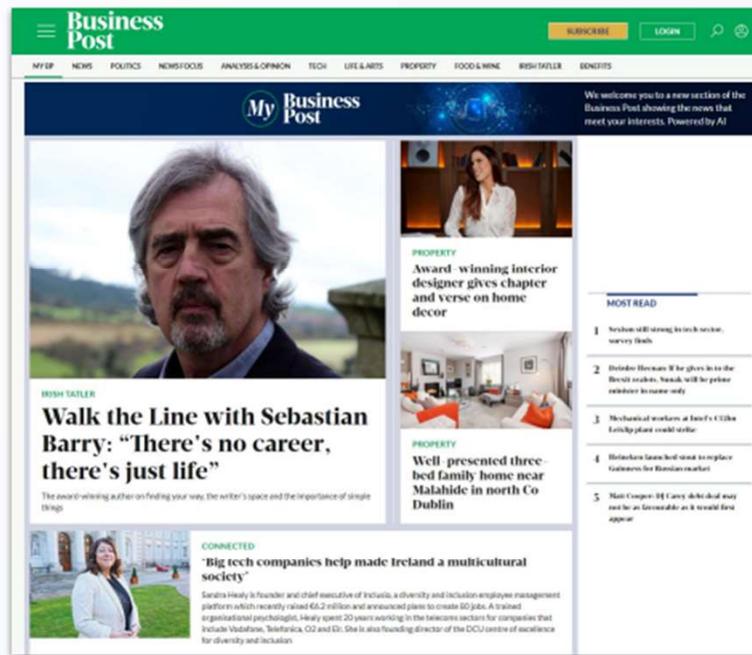
Personalisierung der Content Wall (freie vs. geschützte Artikel)

- Ziel: Conversion-Optimierung statt Bauchentscheidungen; inkl. „Timewall“
- Besserer Trade-Off mit Traffic-Optimierung für Anzeigengeschäft

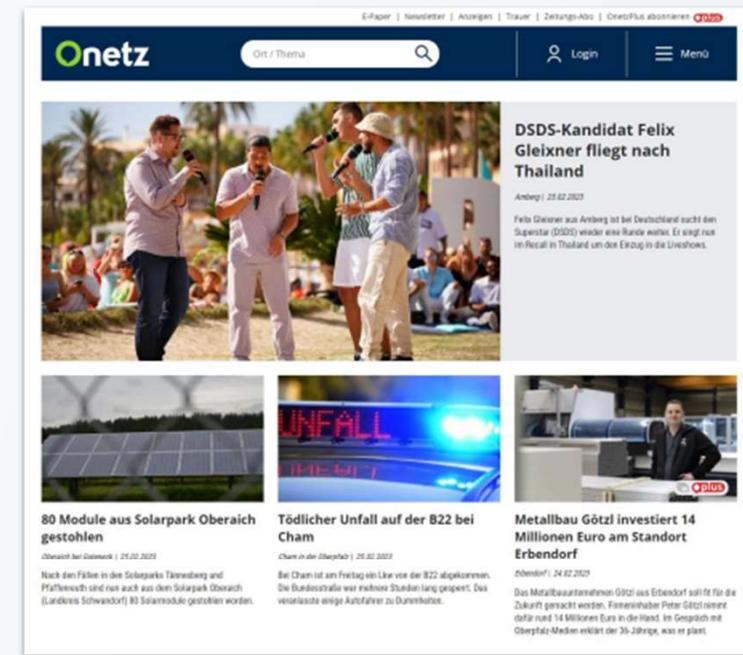
Personalisierung der Inhalte mit Piano bei anderen



Corriere della Sera
Le tue notizie



My Business Post



Onetz - personalized homepage

Personalisierung der Inhalte mit Piano bei dfv: aus „Mehr zum Thema“ wird „Lesen Sie jetzt“.

MEHR ZUM THEMA



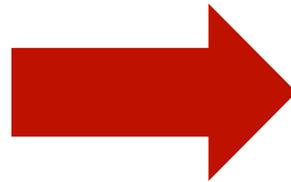
Molkereiübernahme
Müller muss länger auf Landliebe warten



FrieslandCampina
Mitglieder segnen Mega-Deal mit Müller ab



Mega-Deal in der Milchwirtschaft
Theo Müller kauft Deutschlandgeschäft von FrieslandCampina



LESEN SIE JETZT



TW+ STÜHLERÜCKEN IN METZINGEN
Hugo Boss: Jesper Reismann und Andreas Streubig gehen



BOSS FEIERT OFFIZIELLE STORE-ERÖFFNUNG
Eröffnungsparty in London mit Stargast Naomi Campbell



SPORTS REKORDBILANZ
Decathlon Deutschland mit 28% Umsatzplus

- „Mehr zum Thema“ ist in WILMA manuell bespielbar.
- Die Piano Recommendation Engine kann dies automatisieren, Arbeit sparen und Reichweite und Engagement verbessern.
- Ergebnis: neue Formate, +40% monatliche Klicks bei TW, +120% bei fww, bei der ABZ von 150 auf 1.850 Klicks im Monat.



TW+ DIE JUNGE ZIELGRUPPE IM VISIER
Neue Marketing-Chefin für Hugo Boss



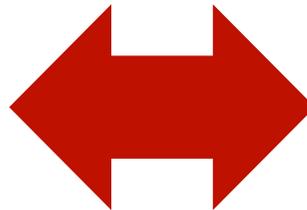
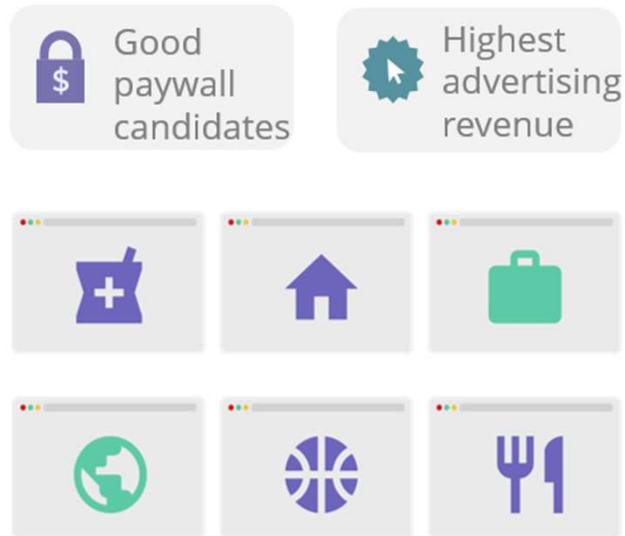
FASHION WEEK HERBST/WINTER 2023
Die Top-Looks aus London



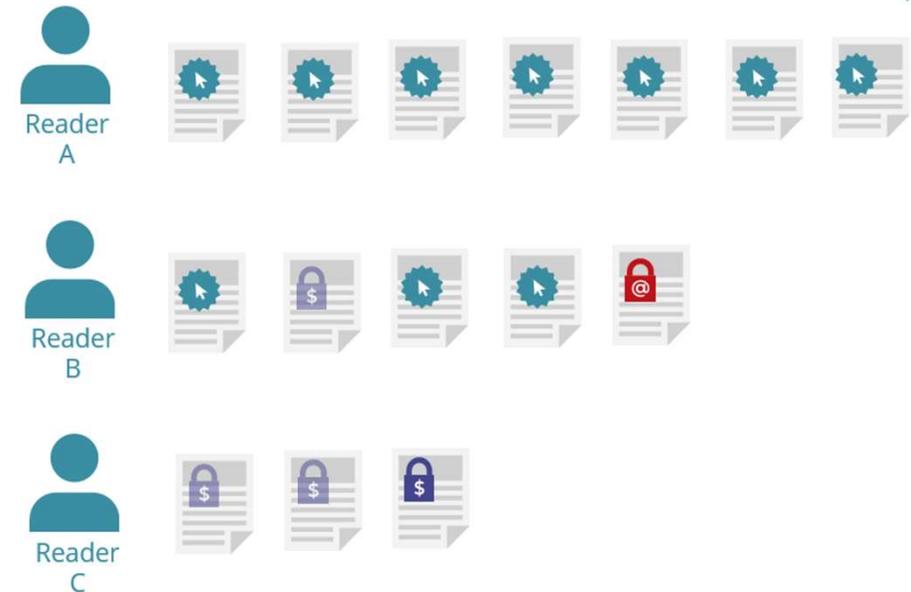
TW+ JAN PHILIPP WINTJES, HUGO BOSS
Der Kanalverknüpfer

Personalisierung mit Paywall und Content Wall: es geht auch um den Trade-Off zwischen Subscription und Media

Content Wall: Was ist wann gesperrt?



Paywall / Reggie Wall: wer sieht wann was?



Wer ist SOPHI? Ein Versuch der Annäherung mit KI...

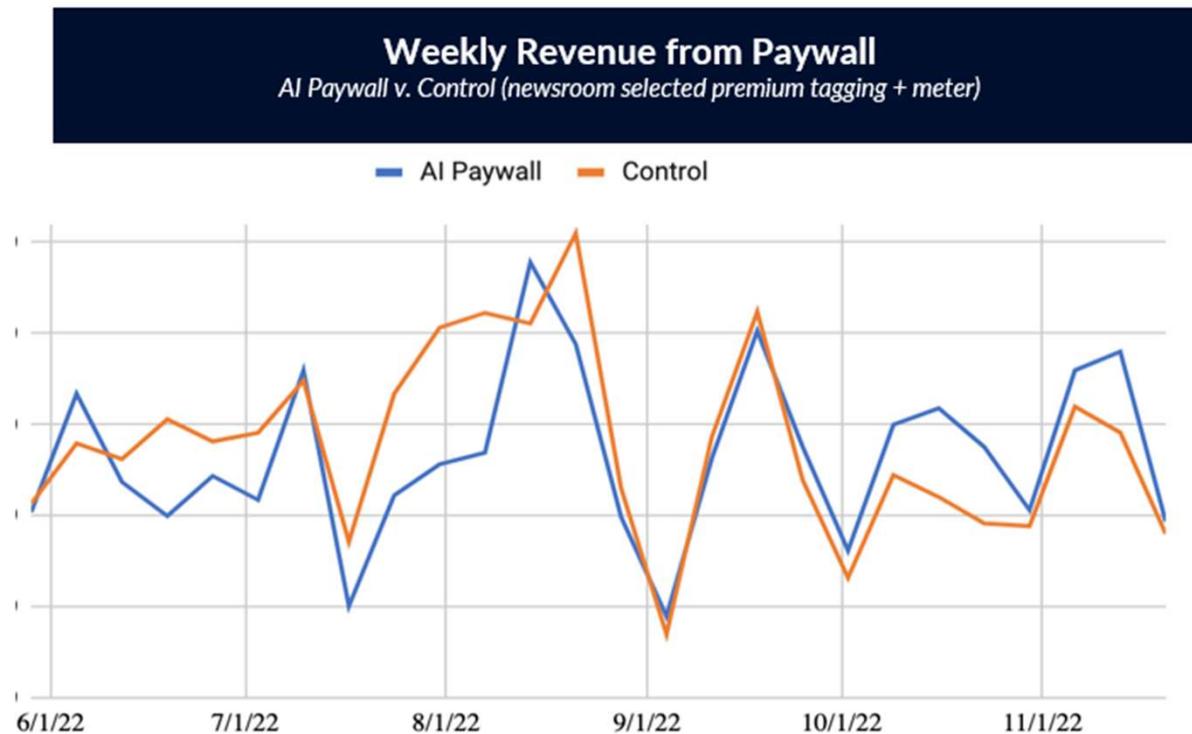


Quelle: Copilot

Exkurs: Einige Fakten zu SOPHI...

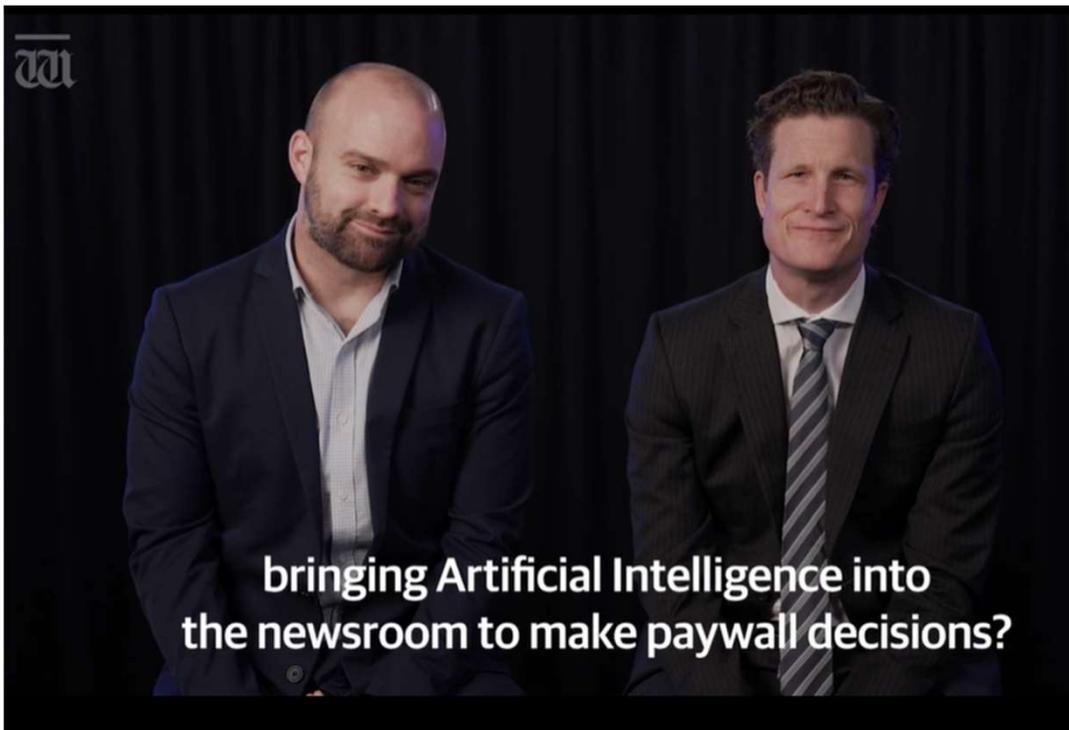
- /// SOPHI ist ein Set von Algorithmen, das bei „The Globe and Mail“ aus Toronto über Jahre entwickelt wurde und dort inzwischen die Blattplanung für Print übernimmt.
- /// SOPHI wurde vor einigen Jahren ausgegründet und arbeitet inzwischen für große Zeitungsgruppen in den USA, u.a. Tribune Company und Advance Local.
- /// SOPHI ist seit August 2023 Teil der Beratung Mather Economics, die zur belgischen Mediahuis-Gruppe gehört (u.a. Aachener Zeitung).
- /// SOPHI arbeitet in Deutschland für Weserkurier und Nordwestzeitung, um dort die Blattplanung zu automatisieren, die KI Paywall wird in Europa noch nicht eingesetzt.

KI Paywall von SOPHI bei der Tribune Company



- Bei der Tribune Company in USA erforderte es sechs Monate und zahlreiche Änderungen, um mit SOPHI dauerhaft mehr zu verkaufen.
- Alle alten Prozesse und Tools sowie umfangreiche Tätigkeiten der Redaktion konnten entfallen.

/ KI Paywall von SOPHI bei „The West Australian“



„Von 3.900 Stories, die laut SOPHI gesperrt werden sollten, haben wir 2.500 gesperrt und in nur 10 Tagen 40 Abonnenten gewonnen.“

Von 1.800 Stories, die laut SOPHI entsperrt werden sollten, behielten wir die Sperre auf 800 – und nur eine davon verkaufte ein Abonnement.“

*David Johns, Online Editor
The West Australian*

Paradigmenwechsel durch SOPHI: Potenzial für dfv

01

Content Wall: KI entscheidet für Redaktion

02

Lead Nurturing: freie Artikel für „heiße“ Leads

03

Time Wall: KI steuert Content Wall auch im Zeitverlauf

04

Reggie Wall: personalisiert statt nach Quelle

05

Entlastung der Redaktion: die Lösung für „Kleine“?

06

Traffic vs. Subs: besserer Interessensausgleich

Projektplanung SOPHI: es ist ein längerer Weg.

Phase	Task	Owner	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8+
1	Data Collection (CMS and Click stream)	DFV / Sophi	█	█	█					
1	Sophi Paywall Model Training	Sophi		█	█					
1	E2E Testing and Dark Launch	DFV / Sophi				█				
1	Launch A/B testing with Sophi Paywall SDK	DFV / Sophi					█			
1	Performance optimization	Sophi					█	█	█	█
2	Data Collection (CMS and Click stream)	DFV / Sophi				█	█			
2	Sophi Paywall Model Training	Sophi						█		
2	E2E Testing and Dark Launch	DFV / Sophi							█	
2	Launch A/B testing with Sophi Paywall SDK	DFV / Sophi							█	
2	Integrate CMS with Sophi Content Paywall API endpoint (optional)	DFV								█
2	Performance optimization	Sophi							█	█

KI Paywall mit SOPHI: was sind die Risiken und Alternativen?

RISIKEN?

Zu geringer Traffic der dfv-Objekte, dadurch Probleme bei Optimierung.

Zu geringe Verbesserung bei Leads, Abos und Trafficverbesserung im Verhältnis zu Kosten.

Diverse technische Risiken die a priori nicht alle geklärt werden können.

ALTERNATIVEN?

Derzeit keine alternativen Anbieter. Piano Algorithmen leisten nur einen Bruchteil.

Unterlassensalternative / Abwarten bedeutet Opportunitätskosten für mindestens zwei Jahre.

„Es könnte sein, dass wir
einen Wachstumsdeckel
erreicht haben, wenn wir,
als Branche, damit fort-
fahren, genau das zu tun,
was wir gerade tun“

Martin Schori, Aftonbladet
über die These der „Abomüdigkeit“

Danke!