



# Ungehobene Schätze in Verlagen II

ALJOSCHA WALSER

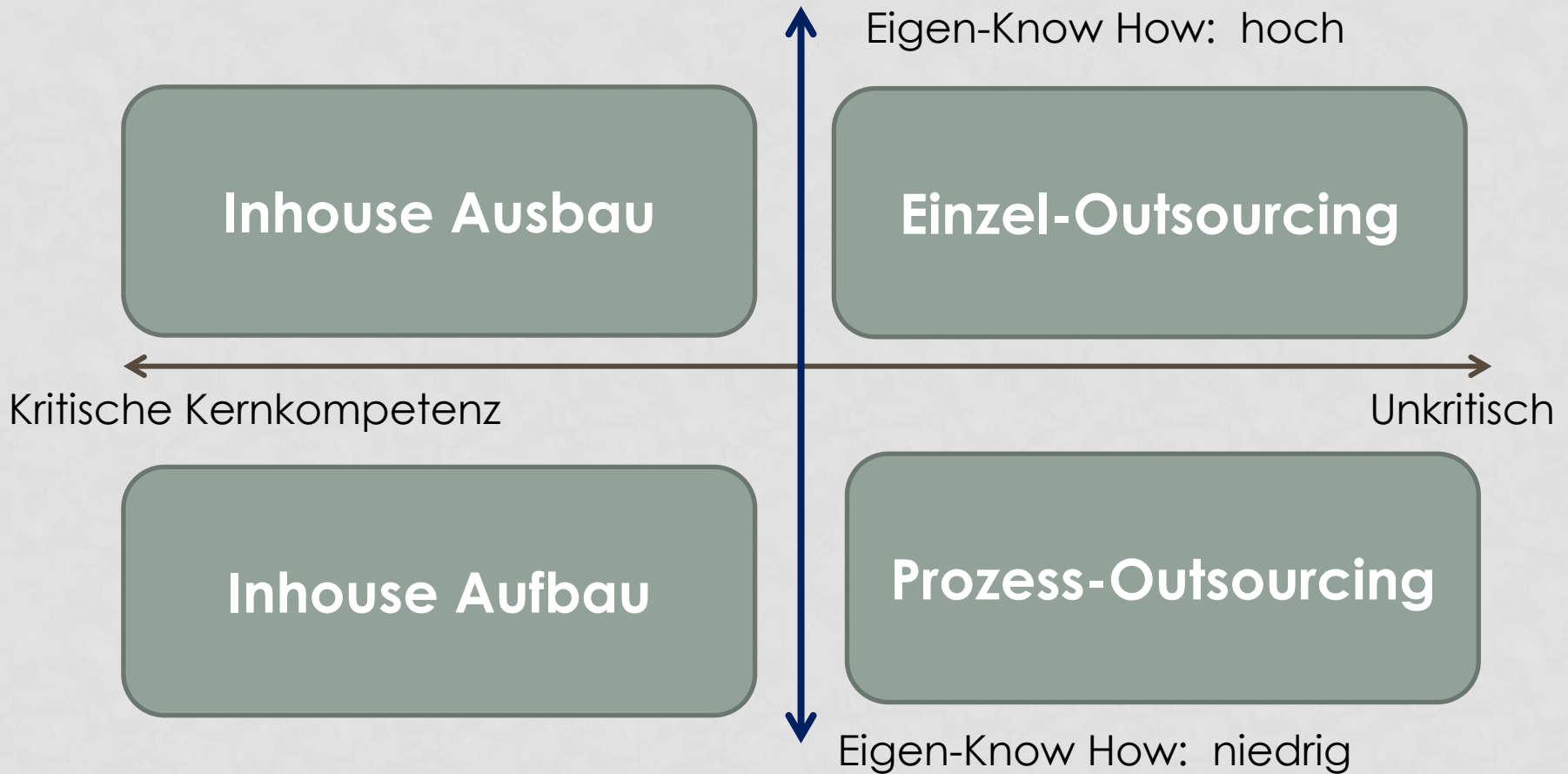
GF Narses Beratungsgesellschaft mbH

# Über uns



- Narses ist eine Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft mit Sitz bei Frankfurt.
- Wir beraten Medienunternehmer und Mediendienstleister zu den Themen Wachstum, Strategie, Gremien und Nachfolge.

# Entscheidungsmatrix Outsourcing nach Lehrbuch



# Prozesse mit Outsourcing- potentialen



- wiederkehrende Prozesse
- hohe Fallzahl
- planbar
- standardisierbar
- „handwerkliches“ Niveau
- Verfügbarkeit von mehreren Anbietern

# Industrialisierungs- Fortschritte im Publishing



- Druckerei
- Satz
- Korrektorat
- Auslieferung
- Belegversand
- Letter-Shop

# Industrialisierungs- Fortschritte im Publishing



- Lohn- und Gehaltsabrechnung
- Telefonzentrale
- EDV-Benutzerbetreuung
- RZ-Betrieb
- Recruiting-Vorauswahl
- Beschaffung (C-Güter)
- Logistik
- Manuskriptsichtung

# Editorial Work

Musterkalkulation Titel höherer Komplexität



Formatierung, Fußnoten, Vereinheitlichung von Abkürzungen, Randnummern,, Einbinden von Grafiken, Korrekturlesen usw.	Verlag inhouse	DL in Bosnien
ausschließlich Fachkräfte	Ca. € 2.000,-	ca. 1.250,-
Mix aus Fachkräften und Studenten	Ca. € 1.700,-	
<b>Ersparnispotential</b>	<b>27% - 38%</b>	

# Telefon Outbound

(500 Adressen)



- Netto-Kontaktkosten

- Inhouse-Kosten ca. € 12.500
- Dienstleister ca. ca. € 5.200

- Terminvereinbarung

- Inhouse-Quote ca. 2%
- Dienstleister ca. 3-4%



# Echte Industrialisierung



- „Der Anteil, den der Hersteller zur Wertschöpfung eines Automobils erbringt(...)liegt heute deutlich unter 25%.
- Automobilhersteller arbeiten überwiegend mit ausgewählten System- und Modullieferanten, diese verfügen wiederum über ein eigenes Netzwerk von Sublieferanten.
- Ohne Kapazitäten, Fähigkeiten und Innovationen von Partnern sind Automobilhersteller und -zulieferer nicht mehr lieferfähig.“

Quelle: <http://www.atkearney.de>

# Ausgangssituation: telefonischer Anzeigenverkauf D-Kunden



- 2.200 Kundenadressen von Inserenten aus der Datenbank eines technischen Fachverlages.
- Die Kunden hatten seit 3-7 Jahren nicht mehr gekauft.
- Aufgabenstellung des **Projektes**:
  - Anzeigenumsatz erzielen.
  - Kosten/Umsatz-Quote 1:3

# Ergebnis: telefonischer Anzeigenverkauf D-Kunden



- Kosten für Auftraggeber:
  - ca. € 22.000 im Quartal (NK-Preis) zzgl. Provision ca. 140.000 in 12 Monaten
- Umsatz für den Auftraggeber:
  - ca. € 500.000 In 12 Monaten

# Erklärungen:



1. Der Vertrieb mag eigentlich nur A-Kunden. (Bestellannahme)
2. Inhouse-Verkäufer haben zu viel "sonstiges" zu tun.
3. Der eigene Vertrieb „glaubt nicht“ an die Adressen.
4. Die Dienstleister haben bessere Softwareunterstützung.
5. Dienstleister haben niedrigere Personalkosten
6. Aktiver Telefonverkauf ist (auch wenn das kaum ein Vertriebsleiter zugibt) nicht die Kernkompetenz von Verlagen.

# Status heute



- Der DL betreut heute kontinuierlich 1.500 aktivierte C- und D-Kunden.
- Im 2. Jahr wurde der Umsatz von 500 TSD auf 1 Mio. verdoppelt.
- Der DL erzielt auch weiterhin kontinuierliches Wachstum in einer Kundengruppe, die der verlagseigene Vertrieb bereits für tot erklärt hatte.
- Größere Preislistentreue
- Umstrukturierung und Personalabbau in der Vertriebsorganisation

# Status heute



- Kontinuierlichen Austausch auf Geschäftsleitungsebene
- Der Dienstleister qualifiziert die Verlagsmitarbeiter und berät bei der Prozessoptimierung seines Kunden.
- Beim Verlag entstehen Neuentwicklungen, Umpositionierungen und Portfoliobereinigungen in heute in enger Zusammenarbeit mit dem DL.
- Beide Geschäftsführer lächeln

# Zusammenfassung



- Dort wo Verlage systematisch Ihre Kernkompetenz hinterfragen und konsequent die Industrialisierung ihrer Prozesse vorantreiben, liegt noch mancher Schatz verborgen.
- Im manchen Fällen muss man ihn nur aufheben; auch wenn´s gelegentlich schmerzhaft ist.





# Herzlichen Dank

ALJOSCHA WALSER  
BLOG.NARSES.DE  
@AWNARSES