

Beilagen-Boom



MSP Senior-Consultant Martin Scholz auf dem 15. Bremer Verlagstreffen

das ein Verlag seinen Kunden heute anbieten muss, mittlerweile unverzichtbar geworden. Der Kunde kann nur mit einer gleichzeitigen Schaltung von Online-, Print-Anzeigen und Beilagen bzw. Prospekten erfolgreich werben.

PreMedia Newsletter:

Wodurch sind diese Veränderungen bedingt und welche Problemfelder leiten sich daraus ab?

Martin Scholz: Die Verlage haben ihr Dienstleistungsspektrum erweitert und bieten inzwischen Kombinationen von Beilagen in den Tageszeitungsobjekten, den Wochenblättern und freier Verteilung an. Dies führt verstärkt dazu, dass sich ein Kundenauftrag in der Abwicklung in mehrere Aufträge aufteilt, die dennoch gemeinsam betrachtet werden müssen. Zunehmend wird auch eine kleinteilige Distribution gefordert.

PreMedia Newsletter:

Herr Scholz, welches sind Ihrer Meinung nach die drei wichtigsten Beilagen-Themen, die Verlag und Druckhaus bzw. Verteilzentrum künftig in Angriff nehmen müssen?

Martin Scholz: Hier ist insbesondere eine flexible Belegung zu nennen. Aber auch ein umfassendes Dienstleistungsspektrum durch Kombinationsangebote aus Tageszeitungs-Beilage, freier Verteilung und Wochenblatt-Einlage ist wichtig. Als dritter Punkt muss die Verteilqualität angeführt werden, denn Fehler wie die doppelte Verteilung oder das Vergessen eines Haushalts mindern die Werbewirkung des Druckereinsatzes. Aber auch die Umkreisselektion, also die Distribution in einem bestimmten Radius, ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal.

PreMedia Newsletter:

Viele Haushalte nutzen Beilagen, um sich über Sonderangebote, insbesondere auch im näheren Umfeld, zu informieren. Herr Scholz, was hat sich in puncto Beilagen in den letzten zehn Jahren verändert?

Martin Scholz: Die Entwicklung geht hier ganz klar in eine allgemeinere Richtung, hin zum Thema Prospekt. Entsprechend stark zugenommen hat die Anzahl der verteilten Prospekte pro Erscheinungstag. Außerdem ist diese Art der Werbung als ein wichtiger Bestandteil eines Cross-Media-Gesamtpaketes,

PreMedia Newsletter:

Warum ist eine enge Vernetzung des verlagsseitigen Beilagenverkaufs, der Produktion und der Logistik so wichtig?

Martin Scholz: Der Anspruch an die Verteilqualität ist stark gestiegen. Daher ist eine Abstimmung nicht nur zwischen Verkauf und Versand, sondern auch mit der sich anschließenden Logistik zwingend erforderlich. Moderne Versandanlagen unterstützen zwar die kleinteilige Belegung. Diese muss aber auch bis zum Zusteller bewältigt werden können. Daher sind auch unterstützende Maßnahmen wie die Bearbeitung von Reklamationen aus diesem Bereich notwendig.

PreMedia Newsletter:

Welche Risiken bestehen, wenn die neuen Aufgabenstellungen nicht angegangen werden?

Martin Scholz: Je nach Wettbewerbssituation läuft ein Verlag Gefahr, Kunden zu verlieren, wenn er sich hier nicht anpasst. So wichtig die Erweiterung des Werbeangebotes auf die digitalen Medien ist, der klassische Bereich der Prospektwerbung darf nicht vernachlässigt werden, da nur ein Gesamtangebot dauerhaften Erfolg gewährleistet.

PreMedia Newsletter:

Herr Scholz, welchen Lösungsansatz verfolgt MSP beim Thema Beilagen?

Martin Scholz: MSP hat zur Abwicklung des gesamten Prozesses von der Auftrags- erfassung über Wareneingang und Produktion bis zur Fakturierung mit dem Dispositionsdialog eine Bedienoberfläche als Add-On zur SAP-Branchenlösung Media realisiert.

PreMedia Newsletter:

Wie unterscheidet sich der Lösungsansatz der MSP von anderen Strategien?

Martin Scholz: Im SAP-Standard werden nicht alle Teilprozesse unterstützt. So gibt es z.B. keine einfache Möglichkeit einer Wareneingangsbuchung. Im MSP-Dispositionsdialog werden alle Teilschritte in einer einzigen Transaktion zusammengeführt. Damit

wird durch das ERP-System die organisatorische Zusammenfassung der Einzeltätigkeiten in einer zentralen Abteilung unterstützt. Aber auch, wenn man diesen Schritt im Unternehmen nicht vollzieht, haben alle beteiligten Mitarbeiter dank des von MSP entwickelten Dispositionsdialogs eine einheitliche Sicht auf die relevanten Daten. Zusätzlich konnte durch eine umfangreiche Kopierfunktionalität die Produktivität bei

der Auftragserfassung deutlich gesteigert werden. In einem aktuellen Projekt haben drei Mitarbeiter in ca. 8 Stunden die Jahresplanung von ca. 1.200 Aufträgen anlegen können.

PreMedia Newsletter:

Herr Scholz, Sie beschäftigen sich derzeit in dem erwähnten Projekt intensiv mit dem Thema. An welcher Stelle ergaben sich die größten Schwierigkeiten und wie konnten Sie als Berater zur Lösung dieser Problematik beitragen?

Martin Scholz: Im laufenden Projekt wurde die angesprochene zentrale Abteilung eingerichtet. Der Verlag entschloss sich, einzelne Mitarbeiter aus den Bereichen Auftragserfassung, Logistik und Produktion in eine Taskforce zu entsenden. Da es zudem im Vorfeld des Projekts Kommunikationsprobleme gegeben hatte, wurde die organisatorische Zusammenfassung als ausgesprochen sinnvolle Maßnahme bestätigt. Eine engere Abstimmung und die „kürzeren Wege“ brachten zusätzlich große Synergieeffekte.

PreMedia Newsletter:

Planen Sie weitere Beilagenprojekte für das Jahr 2012?

Martin Scholz: Bei dem großen Interesse am Thema rechnen wir für das kommende Jahr mit einer entsprechenden Nachfrage.

PreMedia Newsletter:

Herr Scholz, ein herzliches Dankeschön für das aufschlussreiche Interview.

