



Neues Denken im Lesermarkt

Philipp Welte:

»Wofür es sich zu
kämpfen lohnt«

Vertrieb:

Distribution
Summit und
FUTURUM

Reader Revenue:

Personalisierung,
Newsletter, Daten

EU-Digitalgesetz

untergräbt die
Pressefreiheit

»Einen wildgewordenen Oldtimer während der Fahrt restaurieren«

Im PRINT&more-Interview berichten **Agnes Hey** (Geschäftsführerin) und **Nils-Peter Hey** (Leiter Strategie/Prokurist) vom Richard Pflaum Verlag, wie Sie den Verlag fit für die Zukunft gemacht haben.



Sie möchten mehr über die Transformation des Richard Pflaum Verlags erfahren? Am 22. November findet ein WebSeminar zum Thema statt.

PRINT&more | *Sie sind 2013 als fünfte Generation in den Verlag eingestiegen. Wie sah das damalige Portfolio aus?*

Nils-Peter Hey | Agnes Großvater Erwin Bohinger hat den Verlag bis zum Alter von 94 Jahren aus dem Hintergrund beeinflusst. Von Investitionen in ein neues Zeitalter keine Spur. Wir haben also in allen Bereichen – und ich meine alle – komplett von vorne angefangen. Am Anfang stand die Frage, ob sich das lohnt.

Neun Jahre später: Was hat sich hier alles verändert? Wie sieht Ihr heutiges (digitales) Geschäftsmodell aus?

Agnes Hey | Es ist eine Mischung aus Bewährtem und Neuem. Wir haben unsere klassischen Fachzeitschriften Schritt für Schritt verfügbarer gemacht, haben begonnen Communities aufzubauen und neue Felder erschlossen. Das war in der ersten Runde eine riesige Aufholinvestition, um überhaupt auf den Stand der Dinge zu kommen. Geholfen hat uns dabei, dass der Opa gut gewirtschaftet hatte. Unsere Reise der letzten Jahre kam uns scherzhaft vor wie die finale Szene aus dem »Herbie«-Film: Einen wildgewordenen Oldtimer während der Fahrt restaurieren. Das bestehende Geschäft war ja erfolgreich, musste aber im laufenden Betrieb reformiert und transformiert werden.

Bei Ihnen hat sich ja nicht nur das Portfolio verändert, sondern vielmehr auch die Prozesse. Welche Rolle spielt bei Ihnen ein digitaler Workflow?

N.-P. Hey | Es gab da keine Denkverbote. Wir mussten dringend raus aus ausuferndem Outsourcing in Produktion und Redaktion. In vielen Bereichen hatte der Verlag komplett den Kontakt zu den Gewerken verloren, die ihn eigentlich ausmachen. Kern aller Anstrengungen war der Aufbau einer cloudbasierten Prozesslösung, die alle Schritte der Medienentstehung abbildet. Das ist heute im Kern abgeschlossen und ich würde mich vorsichtig trauen zu sagen, dass wir heute auf Großverlagsniveau produzieren.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spielen bei einem derartigen Prozess eine bedeutende Rolle. Wie haben Sie sie mitgenommen und überzeugen können?

A. Hey | Das war mental der schwierigste Teil. Unser Personalstamm war zu Beginn unserer Tätigkeit durch die Bank älter als wir selber. Ich habe sehr großen Respekt vor der Leistung dieser Menschen, die teilweise länger in Diensten des Verlages waren, als wir auf der Welt. Wir haben es zunächst mit dem sanften Weg über Coaching und Transformation Management versucht. Leider muss man sagen, dass vieles dann doch an irreparabler Beharrlichkeit gescheitert ist. Vieles klärte sich über den natürlichen Weg der Verrentung und den Einsatz von Leuten, die die digitale Denkweise nicht erst lernen mussten.

Was waren Ihre größten Stolpersteine?

A. Hey | Der teuerste Einschnitt war die Umstellung des Media Sales. Der war nahezu vollständig in Handelsvertreterhand. Wir hatten keine Chance diesen zu reformieren, geschweige denn selbstständige Unternehmer zu mehr zu bewegen als reinen Anzeigenverkauf im Stil des letzten Jahrhunderts. Da half nur der Neuaufbau mit eigenen Leuten. Aber auch die Softwareprojekte waren nicht ohne Schmerzen. Am Ende des Tages lässt sich aber alles in den Griff kriegen. Eines ist jedenfalls sicher: Mit Transformation ist man niemals am Ende. Die Veränderung ist für uns Normalität geworden und agil wird man nur, wenn man das im tiefsten Inneren auch zulässt.

Sie haben Fragen
rund um die Angebote
der MVFP Akademie?

Kerstin Vogel hilft Ihnen weiter.
Telefon 030.72 62 98- 116
kerstin.vogel@mvfp.de

Save the Dates

Merken Sie sich diese Termine vor!

5.10. | WebSeminar

Erfolgsfaktor ABO: Potenziale, Perspektiven & Praxisbeispiele

Experten erläutern die wirtschaftliche Bedeutung des Abos und zeigen, wie Sie dies für sich bestmöglich nutzen.

6.10. | WebSession

IT Sicherheit: Cyberangriffe per Phishing und Ransomware

Informieren Sie sich, wie Sie Cyberangriffe effektiv verhindern können!

Für
MVFP-
Mitglieder
kostenfrei!

18.10. | WebSeminar

Abo-Bestellprozesse optimieren: Mehr Abonnenten mit der gleichen Anzahl an Besuchern gewinnen

Gewinnen Sie mit Ihrem bestehenden Webseiten-Traffic jeden Tag mehr Abonnenten – ohne das Marketing-Budget erhöhen zu müssen.

25.10. | WebSeminar

OKR: Ziele definieren und erfolgreich in der Praxis umsetzen

OKR – Objectives and Key Results ist eine Methode, um klare Unternehmensziele zu definieren. Alles über Grundlagen, Funktionsweise der Methode und Umsetzung.

15.11. | WebSeminar

Kundenberatung im Digital Sales: Konzeptionelle Gestaltung von Bannern, Advertorials & Co.

Stärken Sie Ihre Beratungskompetenz und den Service für Werbetreibende! In diesem WebSeminar erhalten Sie wertvolle Tipps, wie Sie Ihre Kunden für die Gestaltung digitaler Formate beraten können, damit eine erfolgreiche Kampagne entsteht.

22.11. | WebSeminar

Transformationsprozess im Fachverlag: Vom »Print-Denken« bis hin zum medienneutralen Produzieren

Wie stellt man einen Fachverlag gewinnbringend für die Zukunft auf? Wie der komplette Transformationsprozess von der Skizze auf einem großen weißen Blatt Papier bis hin zur Umsetzung mit allen Stolpersteinen und Umwegen beim Richard Pflaum Verlag aussah, sehen Sie in diesem WebSeminar.

1.12. | WebSeminar

Kundengespräche erfolgreich (online) führen

Sie erfahren in diesem WebSeminar, wie Sie ein Verkaufsgespräch bewusst planen, verlockend zu präsentieren und verbessern Ihr Verhandlungsgeschick sowie Ihre Abschlussicherheit. Zusätzlich erhalten Sie hilfreiche Tipps für virtuelle Verkaufsgespräche.

10 | 2022

KW	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
39						1	2
40	3	4	5	6	7	8	9
41	10	11	12	13	14	15	16
42	17	18	19	20	21	22	23
43	24	25	26	27	28	29	30
44	31						

11 | 2022

KW	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
44		1	2	3	4	5	6
45	7	8	9	10	11	12	13
46	14	15	16	17	18	19	20
47	21	22	23	24	25		27
48	28	29	30				

12 | 2022

KW	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
48				1	2	3	4
49	5	6	7	8	9	10	11
50	12	13	14	15	16	17	18
51	19	20	21	22	23	24	25
52	26	27	28	29	30	31	

Zur Terminübersicht und weiteren Informationen:

<https://mvfp-akademie.de>