

Frische Ideen für Anzeigenverkauf und Redaktion

Der Verlagdienstleister pro:concept ist ein neuer Mieter im Mediapark

Seit dem 1. Juli 2007 gehen in Turm A des Mediaparks neue Gesichter ein und aus. Die Firma pro:concept hat dort ihre Räume im Erdgeschoss bezogen und ist damit in einer Umgebung angekommen, mit der die beiden Mitarbeiterinnen Sandra Fischer und Daniela Müller sowie die Geschäftsführer Rolf Neubarth und Kurt Weidlich sehr vertraut sind. Denn Verlage aus der Medienbranche sind die Hauptkunden des Unternehmens.

„Alles, was wir in Mannheim tun, dient der Verbesserung von Zeitungsprodukten, speziell im Anzeigenverkauf und in der Redaktion“, erklärt Rolf Neubarth, der die Firma 1983 in München gründete. Sie zählt mittlerweile neun feste Mitarbeiter und ist neben Mannheim noch an vier weiteren Standorten in Deutschland und der Schweiz präsent.

Das Kerngeschäft von pro:concept sind Dienstleistungen in vier verschiedenen Bereichen: Online-Benchmarking - der Vergleich verschiedener Verlage anhand von aussagekräftigen Kennzahlen, Online-Kunden-Monitoring - das den Fokus vor allem auf die Bedürfnisse von gewerblichen Inserenten legt, Weiterbildung sowie IT-Beratung.

Führende Online-Datenbank

Wie greifen nun diese verschiedenen Dienstleistungen bei einem Auftrag an pro:concept ineinander? Ein erster Punkt ist, dass pro:concept die führende Online-Datenbank für Verlagsbenchmarking betreibt. Eine Vielzahl zumeist mittelständischer Verlage ist darin registriert. Die Verlage geben Daten



Die beiden Mannheimer Mitarbeiterinnen von pro:concept, Sandra Fischer und Daniela Müller, mit dem Geschäftsführer Rolf Neubarth (von links). Seit dem 1. Juli 2007 ist der Verlagdienstleister Mieter im Turm A des Mediaparks. Bild: tir

zur Redaktion oder zum lokalen Anzeigenverkauf (Umsätze, Kosten, etc.) ein und erhalten dann Vergleichswerte zu anderen Zeitungshäusern. Das Besondere dabei ist: Die Werte im System sind vertraulich, jeder Nutzer sieht nur seine eigenen Daten im Vergleich zu Durchschnittswerten anderer. In Workshops tauschen Anzeigenleiter und Redakteure regelmäßig Erfahrungen aus und besprechen Verbesserungsideen.

Den zweiten Ansatzpunkt für Produktverbesserungen sieht Neubarth in einem intensiven Kunden-Monitoring, das die Bedürfnisse der Kunden eines Unter-

nehmens an die Tageszeitung untersucht. Für das Anzeigengeschäft ermittelt pro:concept mit Hilfe von Online-Befragungen, Call-Center und Experteninterviews die Zufriedenheit und den Werbebedarf gewerblicher Inserenten, was Anzeigenleitern dann wiederum wichtige Impulse geben kann.

Benchmarking und Kunden-Monitoring können also helfen, die Schwachstellen in einem Verlag aufzudecken, aber es sind die Mitarbeiter, die die Ergebnisse auch umsetzen müssen. Daher sieht Neubarth Per-

sonalentwicklung und Fortbildung als den dritten Ansatzpunkt für die Tätigkeit von pro:concept. „Medienleistungen lassen sich heute nur noch verkaufen, wenn sie dem Kunden einen Gewinn bringen“, erklärt der Geschäftsführer.

„Wir arbeiten für die Verbesserung von Zeitungsprodukten“

Der beste Weg hierzu sei eine professionelle Beratung des Anzeigenkunden, wofür aber viele

Verkäufer, Außendienstmitarbeiter und Grafiker nicht ausreichend geschult seien. In enger Abstimmung mit den Schulungsbedürfnissen der Verlage hat pro:concept daher ein Seminarprogramm entwickelt, das zum Beispiel Beratungs- und Verkaufstrainings oder Gestaltungseminare für erfolgreiche Geschäftsanzeigen umfasst.

Zu guter Letzt unterstützt pro:concept Unternehmen bei der Einführung von IT-Lösungen, vornehmlich Kundendatenbanken (CRM). Durch das Ineinanderverwirken aller vier Bereiche verspricht pro:concept seinen Kunden nachhaltige Erfolge bei Produktivität und Wirtschaftlichkeit. Derzeit nutzen knapp 40 Verlage und Zeitungshäuser das Know-How und die Erfahrung von pro:concept, darunter die Mitteldeutsche Zeitung, die Fränkischen Nachrichten und die Rheinische Post.

Timm Herre

Zur Firma

Seit 25 Jahren im Geschäft

- pro:concept ist ein unabhängiger Verlagdienstleister, der 1983 in München gegründet wurde. Geschäftsführer sind Rolf Neubarth (geboren 1952 in München) und Kurt Weidlich.
- Das Unternehmen hat in Deutschland neben dem Firmensitz in München Niederlassungen in Chemnitz, Hamburg und im Mannheimer Mediapark.
- Momentan hat pro:concept neun feste Mitarbeiter. Am Standort Mannheim sind zwei Mitarbeiterinnen (Daniela Müller, Sandra Fischer) beschäftigt.
- Zu den Kunden gehören neben vielen Verlagen und Zeitungshäusern auch große DAX-Unternehmen (Siemens, BMW, Thyssen-Krupp) sowie der Öffentliche Dienst (Stadt Speyer, Landeshauptstadt München)

tir



Referentin Barbara Seiler (links, stehend) erklärt Teilnehmern einer Schulung im Mediapark, wie sich Anzeigen erfolgreich verkaufen lassen. Bild: ZG