

## RMP-Anzeigenverkauf wird neu aufgestellt

*Besondere Marktausschöpfung erfordert viele Schritte*



20. Mai 2008: Die Projektgruppe am Start. Von links: Marc Becker, Rudolf Speich, Hans Renth, Alexander Grund, Ulrike Dechent, Vera Binzel, Annette Bunten, Sandra Bügelmeyer, Martin Zimmermann und Rainer Domke

Im Laufe des vergangenen Jahres erfolgte im Rahmen eines Projektes die Vorbereitung zu einer strategischen und langfristig orientierten Neuausrichtung der Werbemarktbearbeitung. Zielsetzung ist es, Abläufe und Strukturen besser als bisher an Kunden bzw. Markterfordernissen auszurichten. Diese Neuausrichtung begründet sich hauptsächlich mit völlig veränderten Situationen und Strukturen im Markt. Dies reicht von der schwierigen konjunkturellen Situation über das gesamte veränderte Werbeverhalten (Stichwort neue Medien) bis hin zum permanent stärker werdenden Wettbewerbsdruck.

Mit Hilfe der im Projekt erarbeiteten Maßnahmen und Ziele soll die Marktausschöpfung bei regionalen Kunden und Verlagskunden verbessert werden. Für regionale und lokale Handelskunden wird das Instrument der Sonderveröffentlichungen deutlich ausgebaut. Für die einzelnen Rubrikenmärkte werden Marktverantwortliche installiert, die sowohl in der Produktentwicklung

als auch im Verkauf Impulse setzen sollen. Der Nachwuchs für den Verkaufsaußendienst wird kontinuierlich hausintern aufgebaut. Dabei gilt die Maxime, dass der Nachwuchsverkauf medienübergreifend sowohl für Print als auch für Online geschult wird. Insgesamt sind rund 50 Arbeitsplätze im Fachbereich Anzeigen von der Neuausrichtung direkt betroffen.

Das Kick-off-Meeting der Projektgruppe fand im April 2008 statt unter der Federführung von Projektleiter **Marc Becker** (VKL Alzey/Worms), begleitet von der Unternehmensberatung Saar + Scher. Weitere Teilnehmer der Projektgruppe waren im Kernteam **Rudolf Speich** (stv. Gesamtanzeigenleiter) und **Rainer Domke** (AL Wiesbaden) sowie aus den übrigen Fachbereichen **Vera Binzel**, **Annette Bunten** (VKF), **Sandra Bügelmeyer** (Key-Account), **Ulrike Dechent** (Kundenteam) sowie **Alexander Grund** und **Hans Renth** (Anzeigen, Projekte

und Statistiken). Unterstützt wurde dieses Projektteam zu Beginn von **Martin Zimmermann** (MuK).

Nachdem im vergangenen Jahr die Geschäftsleitung grünes Licht für die Umsetzung der erarbeiteten Vorschläge und Maßnahmen gegeben hatte, steht im Jahr 2009 die Umsetzung der zahlreichen Maßnahmen an. In Zusammenarbeit mit der Personalabteilung wurden Stellen neu ausgeschrieben und mittlerweile besetzt. Die Kick-off-Meetings mit den neu geschaffenen Arbeitsgruppen haben mittlerweile stattgefunden, so dass sich unsere Mitarbeiter nun voll auf die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen konzentrieren können.

### Hierzu gehören insbesondere:

- Entwicklung neuer Sonderveröffentlichungen und -produkte
- Erarbeitung von Media-Argumentationen
- Umsetzung in Verkaufshilfen und Produktleitfäden

- Entwicklung neuer Angebots- und Preismodelle
- Intensive Vermarktung crossmedialer Produkte
- Aktive und systematische Bearbeitung der Rubrikenmärkte durch den Einsatz von Spezialverkäufern
- Bildung von ganzheitlich verantwortlichen Verkaufsteams

Mit diesen Maßnahmen soll eine Bündelung aller Kräfte auf den Werbeverkauf erfolgen, die Verwaltung soll auf ein notwendiges Mindestmaß reduziert werden.

Nachdem die Umbesetzung der einzelnen Teams zum 1. Mai abgeschlossen werden konnte, wurde bereits Mitte Mai ein erster sichtbarer Erfolg erzielt: Die neu konzipierte und neu gestaltete Sonderveröffentlichung „Bauen und Wohnen“ wurde mit 64 Seiten im Tabloidformat so anzeigen- und umsatzstark wie schon lange nicht mehr.

*Gerhard Müller*