

## Entwicklung neuer Geschäftsfelder, Regionale Tageszeitung

"Unser Standbein wird immer die Tageszeitung für die Region sein. Wir brauchen aber auch ein Spielbein und attraktive Kontaktpunkte für unsere Kunden."

### *Auf der Suche nach Neugeschäft*

Hintergrund für die Aufgabenstellung ist die bekannte Lage bei Anzeigen, Umsätzen und Vertriebslösen ab 2001. Ziel deshalb die Entwicklung von neuen Geschäftsideen für Privat- und Geschäftskunden jenseits des Flugschiffs auf Papier. Sie sollen zur Identität der Regionalzeitung passen, strategie- und imagekonform sein und die (Strahl-)Kraft der Marke nutzen.

### *Ideen im Crash-Test*

35 Führungskräfte und Hoffnungsträger aus allen Bereichen des Hauses – Tageszeitung, Anzeigenblätter, Online, Lokal-TV, Radio, Beteiligungen, Technik und Logistik – arbeiten in 7 Arbeitsgruppen parallel am Thema. Sie entwickeln Ideen, prüfen diese und empfehlen sie zur Umsetzung. Moderiert und koordiniert werden die heterogenen Teams von Assistenten der Geschäftsführung und jungen Führungskräften. Diese werden speziell für den Job ausgebildet, so dass sie Invention- und Interventionstechniken beherrschen. In den Arbeitsgruppen entstehen in 3 Monaten mehr als 500 Einzelideen. Viele davon fallen schnell durch den entwickelten Strategie- und Werte-Scanner. 25 Geschäftsideen aber bestehen und werden auf Herz und Nieren bis zum Businessplan geprüft.

### *Entdeckungsfahrt durch die Branche*

In einer 2-tägigen Zukunftsklausur mit der Geschäftsführung werden den Kollegen diese Extrakte präsentiert. Die Assistentengruppe reichert die Diskussion an durch eine eigene Marktstudie zur Frage: "Welche ergänzenden Geschäftsfelder gibt es bei anderen Medienunternehmen im In- und Ausland? Welche Erfolge hat man mit Angeboten für den Privatkunden und neuen Leistungen für die Geschäftskunden?". Schließlich heißt Innovation nicht, immer der erste zu sein. Die Treuebücher von ganz früher heißen jetzt ja auch nur anders und werden gleich en gros als "Bibliothek" verkauft.

### *Zukunft ist seitdem bei uns nicht nur ein Thema der Geschäftsführung*

Ergebnis nach 4 Projektmonaten: 9 konkrete Ideen werden projektiert und gehen in die Testphase. 3 Geschäftsideen werden sofort realisiert. "Nebenbei" lernen viele, mit flüchtig bekannten Kollegen an der eigenen Zukunftssicherung zu arbeiten. Das hilft auch dem Stammgeschäft.

Kontakt zu unserem Projektleiter: [saar@saarundscher.de](mailto:saar@saarundscher.de)