



**HEINOLD, SPILLER & PARTNER**  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH BDU

BEHRINGSTRASSE 28 A 22765 HAMBURG  
TELEFON: 040/398 662-0 TELEFAX: 040/398 662-32  
E-MAIL: INFO@HSPARTNER.DE INTERNET: WWW.HSPARTNER.DE

## Pressemitteilung

### Relaunches von Printmedien lassen häufig die Strategie vermissen

**Die Unternehmensberatung Heinold, Spiller und Partner veröffentlicht das Kompendium „Medien-Relaunches: Erfahrungen und Erfolgsfaktoren. Eine Bestandsaufnahme“. Grund: Die zunehmende Flut angekündigter Relaunches, die bei näherer Betrachtung gar keine sind. Unterstützt wird die Hamburger Unternehmensberatung dabei vom Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (VDZ) und der Deutschen Fachpresse.**

Seit zwei Jahren herrscht in der deutschen Medienlandschaft ein regelrechter „Relaunch-Hype“. Allein in Fachverlagen wurden im vergangenen Jahr 294 Relaunches durchgeführt – 2001 waren es erst 138 (Quelle: Deutsche Fachpresse 2004).

Doch ein genauere Blick auf die einzelnen, zum Teil groß angekündigten Projekte offenbart häufig gravierende Mängel in Zielsetzung, Planung, Organisation und Durchführung. Oft gehen Verlage auf Grund akuter wirtschaftlicher Probleme hektisch und unsystematisch an einen Relaunch heran. *„Es scheint, als gälten für Verlage andere Gesetzmäßigkeiten als für Markenartikler“*, sagt Ulrich Spiller, Geschäftsführer und Mitgründer der Hamburger Unternehmensberatung **Heinold, Spiller und Partner**, die auf verlegerische Fragestellungen spezialisiert ist. Die Studie stellt klar: *„Ein Relaunch ist eine hoch komplexe, aber auch individuelle Aufgabe, zu der es des systematischen Mitwirkens aller Verlagsbereiche bedarf. Wer etwa nur mit einer grafischen Überarbeitung eine Umpositionierung herbeiführen will, wird scheitern.“*

Um diese Wissenslücke zu schließen, bringt Heinold, Spiller und Partner mit Unterstützung des **Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (VDZ)** und der **Deutschen Fachpresse** das Kompendium „Medien-Relaunches: Erfahrungen und Erfolgsfaktoren. Eine Bestandsaufnahme“ heraus. Erstmals werden darin betriebswirtschaftliche, verlegerische, redaktionelle und kreative Aspekte gleichzeitig beleuchtet. Detaillierte Fallbeispiele schildern das Vorgehen von Zeitungsmachern, Zeitschriftenverlegern und Buchproduzenten in der

Praxis. Führende Experten der Verlagsbranche, etwa Lutz Glandt (WAZ), kommen in Interviews zu Wort. Die Verbindung von Theorie und Praxis macht diese Studie zu einer praxisnahen Entscheidungs- und Gestaltungshilfe für alle, die im Verlag mit Relaunches und Launches zu tun haben.

Der Band „Medien-Relaunches: Erfahrungen und Erfolgsfaktoren. Eine Bestandsaufnahme“ wurde von Heinold, Spiller & Partner zusammen mit der **Corporate Design Group**, Niederrhausen, sowie der Fachjournalistin und Dipl. Medienberaterin Doris Eichmeier, München, erstellt. Das Kompendium erscheint Ende September 2004 und kann ab sofort für 249 Euro bzw. 199 Euro für Mitglieder des VDZ und der Fachpresse (jeweils zuzüglich 16% MwSt., inklusive Porto und Versand) bei Heinold, Spiller & Partner bestellt werden:

[info@hspartner.de](mailto:info@hspartner.de).

**Für weitere Fragen steht Ihnen zur Verfügung:**

Ulrich Spiller  
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH  
Behringstraße 28a  
22765 Hamburg  
Tel.: 040-398662-0  
Fax: 040/398662-32  
Ulrich.Spiller@hspartner.de  
www.hspartner.de