



Themen dieser Ausgabe:

- **Backlist: Sorgenkind oder Umsatzgarant?**
- **Was Verlage von der technischen Dokumentation lernen können**
- **Treffen Sie uns Partner auf der Buchmesse!**

Kontakt und weitere Informationen:

Ehrhardt F. Heinold
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg
Telefon: 040/3986620, Fax: 040/39866232
E-Mail: Ehrhardt.Heinold@hspartner.de, Internet: www.hspartner.de

Backlist: Sorgenkind oder Umsatzgarant?

Von Ehrhardt F. Heinold

Viele Verlage klagen über den Rückgang ihrer Backlistumsätze. Dabei geben Buchhändler der Backlist einen sehr hohen Stellenwert im Bereich Kinder- und Jugendbuch (KJB). Dies belegt erstmals eine aktuelle Untersuchung, die Heinold, Spiller & Partner im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj) durchgeführt hat. Befragt wurden Buchhändler/innen aus dem Bereich Kinder- und Jugendbuch. Zentrales Ergebnis: Sowohl für den Umsatz wie für die Kundenbindung hat die Backlist eine überragende Bedeutung.

Die Befragung, an der sich 31 Buchhandlungen beteiligt haben, wurde zur Vorbereitung des diesjährigen avj-Praxisseminars für Buchhändler/innen in Westerham durchgeführt. Die Ergebnisse der Befragung belegen, wie wichtig die Backlist für die Buchhandlungen ist: Der durchschnittliche Umsatzanteil der Backlist beträgt 57,5%. Bei 41,94% der Befragten ist der Backlistumsatzanteil sogar gewachsen, nur bei 6,45% gesunken.

Doch was ist eigentlich ein Backlisttitel? Diese scheinbar triviale Frage, so das Ergebnis des avj-Praxisseminars, lässt sich pauschal nicht beantworten. Eine Arbeitsgruppe des Seminars nannte sieben Eigenschaften: Klassiker, Selbstläufer, gute Verkaufszahlen, bekannter / wichtiger Autor, Thema, persönliche Favoriten und Konkurrenzumfeld. Auch für Verlage gibt es kein einzelnes Kriterium zur Definition eines Backlisttitels. Denn mancher wird im lieferfähig gehalten, obgleich keine befriedigenden Verkaufszahlen vorliegen.

Zentrale Bedeutung für Profilierung

Die Ergebnisse der Befragung zeigen vor allem, wie wichtig eine konsequente Backlistpflege für die Zukunftssicherung einer Buchhandlung hat: Die Bedeutung der Backlist für die Kundenbindung bewerten über 80% der Befragten mit „hoch“, nicht ein Befragter antwortete hier mit „keine“. Dementsprechend hoch bewertet wird auch der Beitrag für die Profilbildung gegenüber Kunden: Knapp 75% der Befragten bezeichnen diesen als „groß“.

Im Verkauf zeigen die Buchhändler keine Präferenz: Die große Mehrheit (knapp 85%) verkaufen Novitäten und Backlist gleich gerne. Mit dieser erstaunlich eindeutigen Einschätzung entkräften die Buchhändler ein Argument, dass Verlage immer wieder als Ursache für schrumpfende Backlistanteile nennen („Die Buchhändler/innen wollen nur noch die Novitäten“).



Ursachenforschung: Kunden sind unschuldig

Gefragt nach den Ursachen für die Probleme im Backlistbereich werden verschiedene Gründe genannt. Erstaunliches, aber eindeutiges Ergebnis: Die Kunden wird dabei keine Schuld zugewiesen. Nur knapp 8% der Befragten nennen den Punkt „Kunden kaufen lieber Novitäten“ als Ursache. Ganz vorne rangieren dagegen die zu große Zahl der Neuerscheinungen und die zu geringe Medienpräsenz von „alten“ Büchern. Die Buchhändler sind dabei durchaus auch selbstkritisch: Knapp die Hälfte der Befragten verweist auf die „mangelhafte Backlistpflege“ im Buchhandel.

Fazit: Backlist bringt Sicherheit

Die Ergebnisse der Befragung machen Mut. Gerade in Zeiten mit stark schwankender Konjunktur und Kauflust sind bewährte Backlisttitel ein verlässlicher Umsatzbestandteil. Zudem ist die Rentabilität dieser Titel höher als von Novitäten. Deshalb sollten Verlage und Buchhandlungen statt gegenseitiger Schuldzuweisungen lieber wieder stärker um eine kontinuierliche Backlistpflege kümmern. Vor allem der Buchhandel kann davon profitieren: In einer Arbeitsgruppe des avj-Praxisseminars identifizierten die Teilnehmer sechs Faktoren, die durch eine aktive Backlistpflege positiv beeinflusst werden: Wirtschaftlichkeit, Arbeitserleichterung, Kundenbindung, Qualitätssicherung, Profil / Struktur und Kompetenz.

Eine ausführliche Beschreibung der Ergebnisse finden Sie in einem Fachartikel, den Sie auf unserer Website downloaden können:

<http://www.hspartner.de/jsp292/contentPath=hauptmenue/publikationen/fachartikel>

Was Verlage von der technischen Dokumentation lernen können

Von Ursula Welsch, Inhaberin von *ursula welsch. neue medien und XML-Schule*,
(www.welschmedien.de und www.xml-schule.de, ursula.welsch@welschmedien.de)

Die Verlagsbranche ist die einzige Branche, deren ausschließliches Businessmodell darin besteht, Informationen und Texte aller Art in unterschiedlichster Form zu verkaufen. Dieser Sachverhalt verführt vermutlich dazu, dass bei der Produktion weniger die Effizienz des eigentlichen Produktionsvorgangs im Fokus steht als seine (pekuniäre) Rentabilität.

Jedoch auch die Verkürzung der Redaktions- und insbesondere der Produktionsprozesse hat ihren Wert im Markt und kann – in einer sich immer mehr digitalisierenden Informationswelt – den Ausschlag geben für die längerfristige Existenz. Auch wenn heute noch der Wert des „Time to Market“ nicht allzu hoch eingeschätzt wird, in einer fortgeschrittenen Informationsgesellschaft wird er steigen.

Anregungen für eine hoch effiziente Informationserstellung und -produktion gibt es uns heute schon in der Technischen Dokumentation. Die Technische Dokumentation ist keine eigene Branche, sondern integrativer Bestandteil eines jeden Unternehmens, das technische Produkte herstellt. Sämtliche Informationen und Texte für ein bestimmtes Produkt werden hier erstellt und produziert: Vom Technischen Report, der in aller Tiefe die technischen Details beschreibt, über den Management Report mit Produktbeschreibung und Kurzfassung der technischen Details, dem Textauszug für die Website bis hin zur Bedienungsanleitung für Endkunden usw.

Alle diese Textarten müssen zum Zeitpunkt der Auslieferung des eigentlichen Produkts fertig gestellt und produziert sein: in gedruckter sowie in elektronischer Form gleichermaßen – einschließlich der Übersetzung in zehn, zwanzig oder mehr Sprachen, je nachdem wohin das Produkt eben verkauft wird. Hier ist „Time to Market“ eine wirtschaftliche Größe, von der das Überleben des Unternehmens abhängen kann.



Vorreiter Technische Dokumentation

Deshalb gab es in der Technischen Dokumentation bereits früh Bestrebungen, Erstellungs- und Produktionsprozesse zu formalisieren und Sicherheitsstandards für die Qualitätssicherung einzuführen. Die Palette von Maßnahmen reicht vom konsequenten Single-Source-Publishing über standardisierte Metadaten und Textbausteinsysteme bis hin zu radikal reduzierten Wortschätzen („simplified english“), um die Gefahr von Falschinterpretationen der Anleitungen zu minimieren. Man bedenke, was eine falsch verstandene Reparaturanleitung in der Luftfahrt oder beim Autofahren alles anrichten kann.

So weit geht natürlich die Verantwortung der Verlage für Ihre Publikationen nicht. Aber es gibt Fachpublikationen, von denen weitere Entscheidungen abhängen oder über deren Erfolg das zeitnahe Erscheinen entscheidet. Insofern kann es Vorteile bringen, über den Tellerrand zu sehen und offenen Auges aufzunehmen, welche Abläufe in anderen Branchen für unternehmenskritische Informationsbestände vorhanden sind.

Checkliste

- Festlegen aller Produktformen mit ihren jeweiligen Spezifika
- klare Vorgaben für inhaltliche Strukturen
- standardisierte Metadaten
- konsequente Single-Source-Datenhaltung
- auf Automation ausgelegte Produktionsroutinen

Weiterführende Informationen finden Sie bei der Gesellschaft für Technische Kommunikation e.V. (tekomp): www.tekom.de

Ursula Welsch steht für Gespräche auf der Frankfurter Buchmesse zur Verfügung (Halle 4.2 C411, bei Heinold, Spiller und Partner).

Das aktuelle Seminar: Cross-Media-Projekte planen und durchführen

Die Mehrfachverwendung von Verlagssubstanzen ist bei Fachverlagen schon heute ein selbstverständlicher Teil der Produktplanung. Denn zukünftig werden immer mehr Projekte nur dann realisiert werden können, wenn sie mehrfach zu vermarkten sind. Diese Strategie setzt medienübergreifende Konzeptionen für verschiedene Verwertungszusammenhänge voraus, in denen Fragen der inhaltlichen Konzeption sowie des produktionstechnischen Workflow und zielgruppen-spezifischer Nutzungsinteressen berücksichtigt werden müssen. In diesem Seminar, das vom Termin: 4. – 5. November 2004 in Hamburg stattfindet, wird grundlegendes Wissen über die Konzeption von Projekten und die Verwertbarkeit von Verlagssubstanzen vermittelt. An Hand eines Beispiels werden die vorgestellten Methoden erprobt und gemeinsam verschiedene Verwertungsformen konzipiert. Fordern Sie das ausführliche Informationsblatt an: seminare@hspartner.de.

Treffen Sie uns und unsere Partnerfirmen auf der Buchmesse!

Wir laden Sie herzlich zu unserem Stand auf der Buchmesse ein (Halle 4.2, Stand C.411 – 415). Ob mit Termin oder spontan: Allen Besuchern bieten wir einen interessanten Einblick in unsere Arbeit: passend zu unserer Studie zum Thema Relaunch zeigen wir Ihnen an Hand zweier fiktiver, aber nachvollziehbarer Projekte (eine Fachzeitschrift für Verleger und eine Publikumszeitschrift für „Mida-ger“), wie Sie strategisch erfolgreich Märkte erschließen oder bestehende Objekte erfolgreich weiterführen können. Dabei können Sie sich dann gleichzeitig mit unseren Beratungsleistungen ebenso wie mit der gestalterischen Umsetzungsbegleitung durch unsere Kooperationspartnerin Ulrike Weigel, Inhaberin der Corporate Design Group, vertraut machen.



Einen weiteren Schwerpunkt bildet wieder unsere Beratung im Bereich Electronic Publishing und Cross Media Workflow. Hier bieten wir Ihnen zusammen mit unserer Kooperationspartnerin Ursula Welsch alle Themen von der Beratung bis hin zur Umsetzung an. Unser Spektrum reicht dabei von der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle bis zur Überarbeitung einer DTD – informieren Sie sich bei uns, was wir für Sie tun können.

Insgesamt finden Sie also an unserem Stand vier Unternehmen:

- Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung
- Corporate Design Group: Design von Medienobjekten
- Ursula Welsch Neue Medien, Content Strukturierung mit Schwerpunkt XML-Standards, XML Schule
- MR Personalberatung GmbH