



## Themen dieser Ausgabe:

- **10 Jahre Heinold, Spiller & Partner**
- **Die Jubiläums-Beratungsangebote zum einmaligen Festpreis**
- **Wie Sie die richtige Unternehmensberatung finden**
- **Das 6. CrossMediaForum im Juni 2005**

## 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](mailto:Ehrhardt.Heinold@hspartner.de), Internet: [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de)

---

## 10 Jahre Heinold, Spiller & Partner

*Von Ulrich Spiller*

Am 2. Mai 1995 begann die Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH (HSP) ihre Arbeit als auf die Verlagsbranche spezialisierte Unternehmensberatung. Gründer waren und bis heute geschäftsführende Gesellschafter sind Ehrhardt Friedrich Heinold und Ulrich Spiller. Das Unternehmen ging hervor aus der seit Januar 1989 tätigen Verlagsberatung Ulrich Spiller und übernahm zur Gründung durch Kauf das Seminargeschäft der Eulenhof Seminare. Diese wurden bis dahin vom Eulenhof Institut veranstaltet, einer seit vielen Jahren eingeführten Personal- und Unternehmensberatung hauptsächlich der Buchbranche, geleitet von Wolfgang Ehrhardt Heinold, dem Vater von Ehrhardt Friedrich Heinold. Ein Grund für dieses Zusammengehen waren die zu diesem Zeitpunkt bereits sichtbaren grundlegenden Umwälzungen in der Branche, hervorgerufen durch das Elektronische Publizieren, und die damit verbundenen Herausforderungen auch an Unternehmensberater. Als „Einkämpfer“ waren diese Herausforderungen ebenso wenig mit der gebotenen Qualität in Beratungsleistung umzusetzen, wie überhaupt die immer komplexer werdenden Problemstellungen in der Branche es geraten scheinen ließen, die Lösungen im Verbund zu suchen.

HSP ist im Gegensatz zu vielen anderen Beratungen mit Schwerpunkt auf der Verlagsbranche nicht auf ein bestimmtes Medium (Zeitung, Buch oder Zeitschrift) oder auf ein bestimmtes Segment (Publikums-, Fach- oder konfessionelle Presse) beschränkt, sondern verfügt über Kunden aus und praktische Erfahrung in allen Bereichen, was sich in der Beratung für unsere Kunden Gewinn bringend niederschlägt.

Dabei ist es unser Ziel, alle für Verlage relevante Fragestellungen beantworten zu können. Hierzu greifen wir zusätzlich zum eigenen Know How auf entsprechendes Expertenwissen zurück. Durch diese breite Ausrichtung profitieren unsere Kunden nicht nur von der Möglichkeit, Benchmarks aus dem eigenen Marktsegment zu erhalten, sondern sie haben auch die Gelegenheit, auf best practice Beispiele (selbstverständlich anonym, falls erforderlich) sowie die Erfahrungen aus anderen Segmenten zuzugreifen. Zur Problemlösung nutzen wir das gesamte Instrumentarium moderner Unternehmensführung und –beratung. Dass wir mit dieser Philosophie schon sehr früh richtig lagen, wird uns auch durch den nachstehenden Artikel bestätigt.

Wir möchten an dieser Stelle allen unseren Kunden (eine Auflistung finden Sie bei Interesse unter [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de) im Bereich „Über uns“) aus den letzten 10 Jahren danken und hoffen, sowohl für diese als auch für alle Neukunden auch in den nächsten Jahren ein interessanter Ansprechpartner zu sein und zu bleiben. Um dem einen oder anderen den Einstieg in eine Beratung leichter zu machen, haben wir uns zum Jubiläum zwei attraktive Angebote ausgedacht. Sprechen Sie uns gern darauf an.



---

## Die Jubiläums-Beratungsangebote zum einmaligen Festpreis

Wir bieten Ihnen aus Anlass unseres Firmenjubiläums zwei Beratungspakete zu Jubiläumskonditionen an:

- Das **Strategie-Paket**: Checken Sie mit unserer Unterstützung Ihre verlegerischen Zielsetzungen und Umsetzungsstrategien. Das Strategie-Paket enthält eine ausführliche Bestandsaufnahme, die Durchführung eines Strategieworkshops und die Erstellung eines Workshopprotokolls inklusive Empfehlungen für das weitere Vorgehen. Das Jubiläumshonorar für dieses Paket beträgt 4.500 EUR (zzgl. Mehrwertsteuer und Reisekosten).
- Der **Relaunch-Check**: Überprüfen Sie Zeitschriften und andere Verlagsobjekte auf Ihre Zukunftsfähigkeit. Ermitteln Sie mit uns Notwendigkeit und Potentiale eines Relaunches, erarbeiten Sie eine Zukunftsstrategie. Dieses Paket enthält eine umfassende Bestandsaufnahme und einen Workshop inklusive Maßnahmenkatalog und Protokoll. Das Jubiläumshonorar für dieses Paket beträgt 3.750 EUR (zzgl. Mehrwertsteuer und Reisekosten).

Bitte beachten Sie: Beide Paketangebote sind nur bis zum **29. Juli 2005** buchbar. Entscheiden Sie sich schnell und profitieren Sie von unserem Beratungswissen zu einmaligen Sonderpreisen.

Ausführliche Informationen zu diesem Angebot finden Sie auf unserer Website [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de).

---

## Wie Sie die richtige Unternehmensberatung finden

*Von Ehrhardt F. Heinold*

**Nicht nur große Verlage lassen sich durch externe Berater unterstützen. Die Themen sind vielfältig – sie reichen von der Unternehmensstrategie bis hin zu EDV-Konzepten. Doch der Markt der Unternehmensberater ist unübersichtlich, zudem ist die Consultant-Branche in letzter Zeit unter Druck geraten.**

### Gestiegene Anforderungen

Zunehmend wird die Consultant-Branche mit kritischen Fragen und gestiegenen Anforderungen konfrontiert. Vor allem die Ansprüche hinsichtlich der Umsetzbarkeit der Empfehlungen und der Umsetzungsbegleitung sind erheblich gestiegen. Dies heißt in der Konsequenz, dass sich auch Beratungsunternehmen auf Themen und Branchen spezialisieren sollten. Skepsis ist jedenfalls angebracht, wenn ein Berater sagt, dass er jeden zu allen Themen berate.

Die Süddeutsche Zeitung hat diesen Trend jüngst wie folgt auf den Punkt gebracht. „Unternehmensberater, die sich auf einen Wirtschaftszweig oder einen bestimmten Funktionsbereich im Unternehmen spezialisiert haben, haben gute Aussichten, auch in Zukunft im Geschäft zu bleiben. Denn der Trend, so Klaus Reiners, Sprecher des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU), ginge ‚eindeutig in Richtung schärferer Profile‘. Damit meint er sowohl den einzelnen Berater im Markt als auch ganze Consulting-Gesellschaften. Da herrsche großer Nachholbedarf, denn manchen ist es noch nicht gelungen, dem Markt klar zu machen, wofür sie eigentlich stehen. „Es reicht nicht mehr, nur Strategiekonzepte zu entwerfen. Der Unternehmensberater wird immer stärker zum Umsetzungsberater (...) Fast alle Branchengrößen behaupten, gleichermaßen viel von der Strategieberatung und IT-Landschaftsplanung zu verstehen, sowohl Expansions- als auch Sanierungshelfer sein zu können, Mega- und Miniprojekte in derselben Qualität abwickeln zu können und mit komplexer Hightech auf ebenso gutem Fuß zu stehen wie mit dem Faktor Mensch. Doch glaubt man den Beteuerungen der Trendforscher, könnte gerade dieser Omnipotenzanspruch die Berater-Schlachtschiffe erodieren lassen“ (zitiert aus der Beilage Consulting vom 9./10.4.2005).



Unterstützt wird diese Einschätzung durch eine Untersuchung, die das Institute of Management and Consulting Sciences 2004 durchgeführt hat. Unter dem Motto „Reden ist Silber, Umsetzen ist Gold“ wurden die wichtigsten Anforderungen an eine Beratung ermittelt. Die folgende Tabelle zeigt die Antworten auf die Frage: „Worauf achten Unternehmen bei der Entscheidung für einen Berater“:

Rang 2004	Auswahlkriterien 2004	Rang 2002
1	Umsetzbarkeit der Problemlösung	1
2	Methodenkompetenz	5
3	Branchenkompetenz	6
4	Fachkompetenz	-
5	Kommunikationsfähigkeit	2
6	Know-how-Vermittlung	3
7	Sozialkompetenz	4
8	Preis-Leistungs-Verhältnis	8
9	Kreativität der Problemlösung	-
10	Ethisches Verhalten	7

Interessant ist dabei der Vergleich der aktuellen Antworten mit denen von 2002:

- Die Spitzenposition behält der Wunsch nach Umsetzbarkeit.
- Die Aufsteiger Methodenkompetenz und Branchenkompetenz unterstützen den Wunsch nach Umsetzbarkeit, denn durch beide Kompetenzen wird die Qualität des Ergebnisses gesteigert.
- In die gleiche Richtung weisen auch die neuen Wünsche nach Fachkompetenz und Kreativität der Problemlösung.

### Besonderheiten der Verlagsbranche

Gerade im Verlagsbereich sollte beim Berater eine solide Branchenkenntnis vorhanden sein, da es hier einige Besonderheiten gibt, wie die Arbeit mit Inhalten, die kreative Produktentwicklung und die Zahl der neuen Produkte. Allerdings: Das Branchenwissen sollte durch Fach- und Methodenkompetenz ergänzt werden. Der Berater sollte unbedingt über den Branchentellerrand hinausblicken können.

### Ziele und Anforderungen definieren

Voraussetzung für eine erfolgreiche Beratung ist eine klare Definition der Ziele. Daraus leiten sich sowohl die Anforderungen als auch die Aufgabenstellung ab. Ein gründliches Briefing ist unabdinglich:

- Was ist das Ziel?
- Woher kommt der Wunsch nach externer Beratung?
- Wie ist die Situation (kurze Bestandsaufnahme)?
- Welche Besonderheiten sind zu berücksichtigen?

Ein erstes Qualitätsmerkmal eines Beratungsunternehmens ist, wie gründlich es sich mit den Zielvorgaben des potentiellen Kunden auseinandersetzt. Vor dem Hintergrund seiner Erfahrung sollte der Berater schon hier auf Unklarheiten oder falsche Richtungen hinweisen. Das lässt sich in etwa mit einem Patienten vergleichen, der mit Kreislaufproblemen zum Arzt kommt, um eine Medizin verschrieben zu bekommen. Der Arzt jedoch stößt bei seiner Ursachenforschung auf falsche Ernährung – eine Diagnose, die nicht jedem Patienten gefallen wird. Ein guter Arzt, also auch ein guter Berater wird aber immer auf dem Hintergrund seiner Erfahrungen analysieren, und nicht dem Kunden nach dem Munde reden.



## Auswahlkriterien

Die Auswahl sollte möglichst systematisch auf Grundlage des beschriebenen Briefings erfolgen. Holen Sie mehrere Angebote ein, dann bekommen Sie ein Gefühl für die Unterschiede in der Vorgehensweise. Neben den genannten Kriterien sollte vor allem die Chemie stimmen, denn für einen erfolgreichen Beratungsprozess braucht es vor allem Vertrauen.

Besonders gründlich sollten Sie die Honorarangebote prüfen. Tagessätze können enorm differieren, letztlich zählt jedoch der Gesamtaufwand. Auch „Billigberater“ können teuer sein, wenn sie keine entsprechende Qualität (= Kundennutzen) gewährleisten können.

### Weiterführende Links / Literatur:

[www.bdu.de](http://www.bdu.de): Bundesverband der Unternehmensberater mit vielen Informationen und einer Beraterdatenbank

[www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de): Dort findet sich das Ergebnis der Beraterstudie unter dem Suchbegriff „Berater-Ranking“

---

## Das 6. CrossMediaForum

Das 6. CrossMediaForum findet im Juni 2005 in München statt und befasst sich mit dem Thema "crossmediale Marketingkommunikation und Contentvermarktung". Im Mittelpunkt steht die Mehrfachverwertung von Inhalten in Bezug auf das Marketing und neue Vermarktungsformen. Effektives Crossmedia-Management kann nicht nur Kosten und Zeit sparen, sondern macht völlig neue Ansätze für die Markenkommunikation und Kundenbindung möglich. Diese hochwertige und praxisorientierte Veranstaltung zeigt anhand von Fallbeispielen, wie Verlage und andere Unternehmen durch modernes und effektives Content Management schnell, flexibel und kostengünstig neue Produkte, aber auch Marketinginformationen wie z.B. Vorschauen oder Webkataloge produzieren können. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Inhalte zukunftssicher erzeugt, erschlossen, archiviert und mehrfach verwertet werden können.

Die Seminargebühr beträgt nur 75 EUR (Frühbucherrabatt bis 23.05.2005). Weitere Informationen unter [www.crossmediaforum.de](http://www.crossmediaforum.de).

---

## Unsere Marktstudien

**Medien-Relaunches: Erfahrungen und Erfolgsfaktoren. Eine Bestandsaufnahme**, Broschüre, 103 Seiten, Wire-O-Bindung, durchgehend farbig, 249,00 EURO, für Mitglieder des VDZ oder der Deutschen Fachpresse 199,00 EURO, jeweils zuzüglich MwSt., inklusive Porto/Versand.

**Publikumsverlage im Internet - Was Buchverlage ihren Businesszielgruppen bieten. Eine empirische Untersuchung**, Broschüre, 62 Seiten, Wire-O-Bindung, durchgehend farbig, 85,35 Euro (PDF-Datei) bzw. 119,83 Euro (Print), jeweils zzgl. Mehrwertsteuer und Versand

Ausführliche Informationen zu den Studien finden Sie auf unserer Website [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de).

---