



Lean Management für Zeitungsverlage



Mark Jopp, Geschäftsführender Gesellschafter von JJK Verlagssoftware GmbH, ist ein ausgewiesener Experte von integrierten Arbeitsprozessen in der Redaktion, Anzeigen und Vertrieb. Fertige JJK-Softwarelösungen, die auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse abgestimmt sind, stehen dazu zur Verfügung.

PreMedia Newsletter: Herr Jopp, die Zeitungsverlage kämpfen um Käufer und planbaren Kosten der Zeitungsherstellung inklusive Vertrieb. Welche Hilfestellung kann JJK Verlagssoftware dazu anbieten?

Mark Jopp: JJK schafft Effizienz. Konkret: mehr Leistung mit weniger Aufwand. Das spart Zeit oder und Geld, meistens sogar beides. Grundlage hierfür ist unsere Lean-Management Kompetenz und die dazugehörige Softwarelösung, mit der Lean-Management in die

Verlagsindustrie konsequent umgesetzt werden kann. Das ist einzigartig. Drei von fünf Faktoren für Effizienz stechen dabei heraus. Erstens die Standardisierung, zweitens die Synchronisation der Prozesse und drittens die kontinuierliche Verbesserung. Konkret: die agile Weiterentwicklung der Software.

Hinzu kommt unsere Expertise „Verschwendung“ zu erkennen und zu eliminieren. Eine der sieben Verschwendungsarten ist „Transport“. Das gilt z.B. für die Auslieferung der Zeitung, das ist offensichtlich. Optimierte Fahrrouten sparen Zeit und Kilometer. Verschwendung durch Transport gibt es ist aber auch im Bereich der Daten wie Emails, Korrekturabzüge, PDF-Anzeigenvorlagen usw. Auch der Transport einer geruckten Rechnung kann durch eine elektronische Variante (eBilling) eliminiert werden. Das spart Druckkosten, Kuverts, Porto und das ganz Handling um die Postauslieferung.

PreMedia Newsletter: Wie ich aus Verlagskreisen weiß, bietet JJK Verlagssoftware Wertstromanalysen an. Was dürfen wir uns darunter im Detail vorstellen?

Mark Jopp: Die Wertstromanalyse findet vor Ort beim Mitarbeiter während des im laufenden Tagesgeschäft statt, kostet also keine zusätzliche Zeit. Dabei werden die einzelnen Arbeitsschritte aufgenommen und hinterfragt. Beispiel: der Anzeigenverkäufer erhält eine Email mit einer Vollvorlage als Anhang. Was muss er alles tun, damit dieser Auftrag auf den Weg kommt? Die Schritte werden gemessen und grafisch im Ablauf dargestellt. Häufig erkennt man schon daran, wie umständlich diese Prozesse oftmals organisiert werden. Diese Ist-Prozesse stellen wir dann unseren „best-in-class-Prozessen“ gegenüber. Der Unterschied zeigt die Optimierungspotentiale, die oftmals bei 50% und mehr liegen. Es gibt im Übrigen einen einfachen Selbsttest, der anzeigt, ob eine Wertstromanalyse sinnvoll ist.

PreMedia Newsletter: ... und der wäre?

Mark Jopp: Gehen Sie in den Anzeigenverkauf und schauen, ob dort ein Taschenrechner auf dem Schreibtisch liegt. Wenn das der Fall ist, dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass nicht gut gearbeitet wird.

PreMedia Newsletter:

Der Zeitungsvertrieb am Ende der Wertschöpfungskette steht bei vielen Verlagen seit geraumer Zeit im Fokus von Optimierungsmaßnahmen. Welche Unterstützung kann JJK Verlagssoftware dazu anbieten?

Mark Jopp:

das Thema der „Wegstreckenoptimierung“ ist allgemein bekannt. Wir ergänzen diese Maßnahme mit einem eLogistik-Konzept, bedeutet, dass die Fahrer Ihre Tour mit dem Versandlauf direkt auf Ihr Mobilgerät bekommen. So können noch im letzten Moment Änderungen berücksichtigt und es müssen keine Lieferscheine mehr ausgedruckt werden. Zudem kann der Auslieferungstatus im Vertriebsbüro am Monitor verfolgt werden. Zahlreiche Web-Anwendungen wie das Zustellerportal, das Vertriebsinspektoren-Portal oder auch das Online-Abo-Management, mit der Leser sich selbst verwalten kann, schaffen effiziente Abläufe und eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit bei dem stetig steigenden Druck im Alltagsgeschäft – gerade im Vertrieb.

PreMedia Newsletter:

Welche weiteren Entwicklungen sehen Sie bei hochintegrierten Verlagssystemen?

Mark Jopp:

nun ja, eine Zeitung kann heute mit jedem System, das am Markt angeboten wird produziert und zugestellt werden. „Aber wie hoch ist der Aufwand?“, ist doch entscheidende die Frage, meine ich. Eine integrierte Lösung schafft zunächst Effizienz aber dann, und das ist doch auch entscheidend, Effektivität!

Richtig ist es doch, und das wäre dann effektiv, wenn man vorhandene Daten nutzt. So lassen sich beispielsweise Kündigungswahrscheinlichkeiten bei Abonnenten darstellen. Daraus kann dann eine „Haltestrategie“ entwickelt werden, die zielgerichtet auf potentielle Abbesteller angewendet werden kann.

Ich verfolge einige CRM-Projekte am Markt und bin immer wieder erstaunt wie kompliziert und aufwändig das ist. Es dauert oft Monate bis die Systeme genutzt werden können und dennoch gibt es einen Datensatz, zum Beispiel den eines Abonnenten, an verschiedenen Stellen: im Abo-System, im CRM und dann noch bei einem externen Dienstleister, der im Lesermarkt für den Verlag tätig ist. Jeder Datensatz kann zu jeder Zeit an einer der drei Stellen geändert werden. Das muss

man alles managen können. Es ist doch viel einfacher, wenn der Datensatz nur einmal vorliegt und alle drei Arbeitsbereiche mit nur diesem einen Datensatz arbeiten! In anderen Lebensbereichen hat man die integrierte Lösung längst schätzen gelernt. Nehmen wir das Smartphone! Für die einfachen Dinge im Geschäftsleben will man diese integrierte Lösung nicht missen. Die wirklich komplizieren Arbeitsabläufe werden aber über ein Vielzahl von Einzelsystemen und Schnittstellen organisiert. Das ist weder nötig noch effizient. Schnittstellen sind immer Schwachstellen und darum ist es besser, keine zu haben.

PreMedia Newsletter:

Herzlichen Dank, Herr Jopp.

Mark Jopp:

Sehr gerne geschehen, Hr. Malik.

