



Mark Jopp, geschäftsführender Gesellschafter JJK Verlagssoftware

Integrierte Workflows zur Prozessoptimierung

DAS AKTUELLE MEDIENINTERVIEW

PreMedia Newsletter:

Hr. Jopp, die Effizienzsteigerung von Verlagsorganisationen ist bei JJK Verlagssoftware Programm. Können Sie uns Ihr Unternehmen näher vorstellen?

Mark Jopp:

Zu der Zeit als JJK gegründet wurde, war ich Geschäftsführer eines Druckvorstufenunternehmens, in dem fünf Zeitungen produziert wurden. Einer unserer Kunden bekam einen neuen Geschäftsführer, der als erste Amtshandlung alle seine Aufträge bei uns kündigte. Er wollte grundsätzlich weiter mit uns arbeiten, allerdings 30 %(!) weniger bezahlen. Daraus ergab sich die Aufgabenstellung, wie Verlag und Vorstufe so zusammenarbeiten können, dass eben am Ende 30 % weniger Aufwand entsteht. Dann hätten wir immer noch seine Aufträge bei gleichem Ertrag und er deutlich weniger Kosten, so seine Rechnung. Und wir haben das geschafft. 30 % weniger Aufwand in 6 Monaten durch eine konsequente Reorganisation aller Abläufe. Das war Anfang der 90er Jahre, zu einer Zeit als Wiedeking gerade Porsche rettete. Er führte Lean-Production in der deutschen Automobilindustrie ein, wir taten dies in der Zeitungs-

produktion. Dann ging es Schlag auf Schlag, weil jeder, der das sah und die Chancen erkannte, unsere Lösung haben wollte. Da haben wir JJK gegründet. Heute, 20 Jahre später, arbeiten 179 Verlage nach diesem Prinzip, unserem Lean-Management für die Zeitungsindustrie.

PreMedia Newsletter:

Wie viele Mitarbeiter arbeiten für den Erfolg von JJK Verlagssoftware?

Mark Jopp:

Wir sind heute 55 Fachleute. Die Hälfte kommt aus dem Verlagsbereich und hat zuvor als Verlags-, Vertriebs- oder Produktionsleiter gearbeitet, die andere Hälfte sind Software-Ingenieure von denen wir erwarten, dass sie die Arbeitsabläufe im Verlag kennen und verstehen.

PreMedia Newsletter:

JJK ist das meist eingesetzte Verlagssystem im deutschsprachigen Raum. Welche Lösungen bieten Sie in diesem Geschäftsbereich an?

Mark Jopp:

Jede Woche werden gut 100 Millionen Zeitungen mit unserem System her- oder



zugestellt. Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Amtsblätter. Für diese drei Gattungen bieten wir eine ganzheitliche, schnittstellenfreie Gesamtlösung für alle Verlagsbereiche an: Anzeigen, Vertrieb, Redaktion, Produktion und alles, was damit zusammenhängt. Das geht nicht nur in die Breite, sondern insbesondere in die Tiefe. In der Logistik z. B. kennt unser System jedes der 22 Millionen Gebäude in Deutschland. Und zu jedem dieser Häuser können wir beliebige Detailinformation

speichern, selektieren, auswerten usw.

PreMedia Newsletter:

Ich habe von einigen Verlagen erfahren, dass JJK Verlagssoftware auch Wertstrom-Analysen anbietet. Was bildet den Hintergrund für dieses Dienstleistungsangebot? Welchen Nutzen hat der Verlag davon?

Mark Jopp:

Die Wertstromanalyse ist ein Werkzeug aus unserem

Mark Jopp erläutert im Porsche Zentrum Leipzig, wie Lean-Management im Zeitungsverlag funktioniert.

Professionelles Verlagsmanagement, bei dem durch hochintegrierte Softwarelösungen eine schlanke Prozessorganisation ermöglicht wird, stellt die strategische Grundausrichtung bei JJK Verlagssoftware dar. Eine Software-Entwicklung, die praxisnah an den Bedürfnissen der Tages- und Wochenzeitungen in Redaktion, Anzeigen und Vertrieb orientiert ist, hilft Wertschöpfungspotenziale im Verlag zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit zu kreieren. Mark Jopp (56), geschäftsführender Gesellschafter bei JJK Verlagssoftware, kennt aus eigener Praxis heraus die Bedürfnisse von Zeitungsverlagen sehr genau.



„Für Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Amtsblätter bieten wir eine ganzheitliche, schnittstellenfreie Gesamtlösung für alle Verlagsbereiche an: Anzeigen, Vertrieb, Redaktion, Produktion und alles, was damit zusammenhängt.“

Mark Jopp, geschäftsführender Gesellschafter JJK Verlagssoftware:

Lean-Management-Ansatz. Lean-Management ist im Übrigen keine Produktionsweise, sondern vielmehr eine Haltung der Menschen in einem Unternehmen. Eine Haltung gegenüber den Kunden, dem eigenen Unternehmen und den Produkten. Eine Wertstromanalyse zeigt die heutigen Arbeitsweisen und macht Verschwendung deutlich und Effizienzpotenziale transparent. Wir stellen dann mit einem Wertstromdesign den „Ist-Prozessen“ unsere „best-in-class“-Prozesse gegenüber. So kann der Kunde sofort den Unterschied sehen und erkennen, warum er mit unserem Prozess so viel besser arbeiten würde. Wichtig dabei ist, dass nicht Birnen mit Äpfel verglichen werden. Ausgangslage und Ergebnis müssen identisch sein. Nur der Weg dahin ist bei uns in der Regel 50 % kürzer und damit entsprechend schneller und günstiger. Gleichzeitig steigen Qualität, Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterzufriedenheit.

Das ist der Hebel, den Business-Reengineering gegenüber Software-Reengineering ausmacht. Erneuern Sie nur die Software, schaffen Sie 15 % Verbesserung, bei uns sind es eben 50 % und mehr.

PreMedia Newsletter:

Mit der JJK-Vertriebssoftware inklusive GeoMarketing bietet JJK ein hochintegriertes Vertriebsmodul mit GPS-Integration für den Zeitungsvertrieb an. Wie können wir uns den Einsatz in der täglichen Vertriebspraxis vorstellen?

Mark Jopp:

Ein komplexes Thema... die 22 Millionen Hauskoordinaten habe ich bereits erwähnt. Damit können Sie natürlich eine optimale Gangfolge der Zusteller berechnen - Thema Mindestlohn. Durch den Einsatz digitaler Karten können Sie z. B. für eine Pizzeria ein geeignetes Streugebiet errechnen. Aufgabe: Eine Beilage soll an alle Haushalte zugestellt

werden, die in 12 Minuten mit dem Motorroller von der Pizzeria aus erreichbar sind. Diese verspricht ihren Kunden ja ein warmes und frisches Essen. Derartige Kleinstaufträge schaffen eine enorme Komplexität in der Produktion. Unsere Kunden haben bis zu 1000 unterschiedliche Paketsorten bei nur einer Fertigung. Derzeit arbeiten wir an einer komplett digitalen Logistik. Mit dem Versandlauf werden dann die Touren jedem Fahrer auf seine Smartphone-App übertragen, der damit auch direkt eine optimierte Route bekommt, die Auslieferung quittiert und dem Zusteller die Belieferung seiner Abladestelle mitteilt. Alles das können Sie in Echtzeit im Vertrieb monitorieren, also auf einer digitalen Karte am Bildschirm verfolgen.

PreMedia Newsletter:

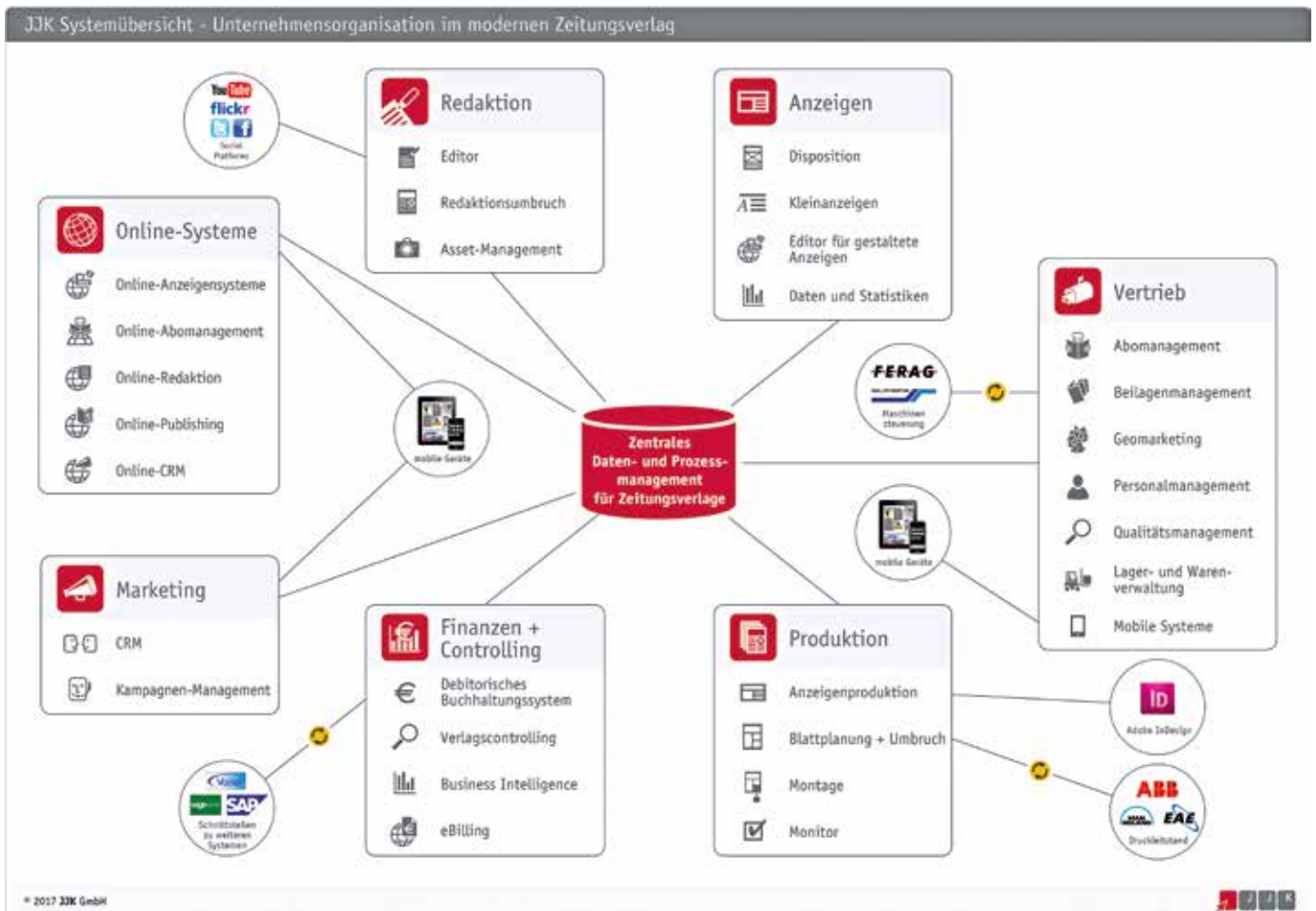
Wenn man die aktuelle Situation bei der Tageszeitung beleuchtet: Die Abonnentenzahlen gehen seit Jahren zwischen 3 und 4 Prozent kontinuierlich zurück, durch die Mindestlohn-Regelung und Veränderungen in der Zustell-Logistik steigen die Vertriebskosten. Was kann hier zur Stabilisierung der Vertriebs-Logistik getan werden? Welche Optimierungsmaßnahmen können hier getroffen werden?

Mark Jopp:

Die gerade genannten Arbeitsweisen führen auch zu Kostensenkungen. Das reicht aber nicht. Darum entwickeln wir mit unseren Kunden Funktionen für die Zustellergewinnung oder Mitarbeiterzufriedenheit. Wenn wir durch die eLogistik erkennen, dass die Zeitungen 30 Minuten später kommen als sonst, ist eine zeitnahe Information darüber



einfach immer besser werden



für den Zusteller ein echter Gewinn, weil der dann beispielsweise im Winter eben noch einen Kaffee zuhause trinken kann, anstatt in der Kälte auf den Fahrer zu warten. Auch bei der Lesergewinnung kann man viel tun. Hier haben wir eine tolle, integrierte Lösung für das E-Mail-Marketing und noch vieles, vieles mehr.

PreMedia Newsletter: Multichannel-Publishing bis hin zum mobilen Einsatz auf Smartphones oder Tablets ist heute State of the art. Welche Lösungen bietet JJK Verlagssoftware dafür an?

Mark Jopp: Eine gute Grundlage ist eine medienneutrale Datenhaltung. Damit können Redakteure sowohl Print als auch Online

bestens bedienen - und das in nur einem Arbeitsschritt. Unser Verlagsportal macht sich sehr gut und verdient ordentliches Geld für die Verleger - und das vom ersten Tag an. Schauen Sie z. B. bei www-der-reporter.de rein. Ein komplexer Auftritt, der sich vollautomatisch aus der zentralen Datenbank aufbaut. Hier finden Sie die Vernetzung von redaktionellen Inhalten und Werbung und die Nutzung der Kundenstammdaten in Form eines Branchenverzeichnisses, das wiederum Anzeigen und Redaktion umfasst. Es gibt viele kleine Erlösquellen und weil alles automatisch und somit ohne Aufwand funktioniert, haben Sie viele kleine Ertragsquellen. Es ist zukünftig die Kunst, aus kleinen Umsätzen, gute Erträge zu erwirtschaften. Mir war das sofort klar, als ich

vor Jahren beim Handelsblatt für 0,79 € einen Artikel online kaufte. Wenn das 1.000 andere auch getan haben, hat dieser Artikel eine enorme Wertschöpfung gebracht. Über diesen Weg hat das Handelsblatt mich als Abonnenten gewinnen können. Zuerst habe ich nur das Morningbriefing von Gabor Steingart gelesen, dann immer wieder Artikel gekauft und zu guter Letzt den Digital-Pass abonniert. Die wirksamste Strategie zur Lesergewinnung, die ich im deutschen Zeitungsmarkt kenne.

PreMedia Newsletter: Herr Jopp, ich danke Ihnen sehr für dieses Gespräch.

Mark Jopp: Sehr gerne geschehen, Hr. Malik.