

# GEISLINGER ZEITUNG

GEISLINGER ZEITUNG Postfach 1254 73302 Geislingen

ProConcept  
 Institut für Marketing  
 Dudenstr. 12-26  
 D-68167 Mannheim

GEISLINGER ZEITUNG  
 Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
 Hauptstraße 38  
 73312 Geislingen

Telefon (07331) 202-0  
 Fax Redaktion (07331) 202-50  
 Fax Anzeigen (07331) 202-40  
 Fax Vertrieb (07331) 202-40

<http://www.geislinger-zeitung.de>

BH/14.04.2010

## Referenz Inhalt und Durchführung einer adbest-Inhouse-Schulung am 08.03.2008

Wie schule ich meinen Außendienst zu einem wahren Beziehungs- und Beratungsmanager, der die Interessen seiner betreuten Kunden zu seinem eigenen Antriebsmotor bezüglich optimaler konzeptioneller Betreuung und Umsetzung sieht? Wie bringe ich meine Mediaberater dazu, ihr trauriges Dasein vom „Anzeigenabholservice“ gegen die Arbeit einer „Ein-Personen-Media-Agentur“ bereitwillig einzutauschen? Denn: Wie muss der Mediaberater bei seinen Kunden agieren, damit vom Kunden gebuchte Anzeigen auch wirklich den Verkauf unterstützen? Hilft dem Mediaberater hierbei das Fachwissen über Auflagen, Formate, Platzierungen und Rabatte, oder bedarf es neuer Wege?

Mit diesen Fragen setzt sich jeder Verlag im Zeitalter scheinbar unaufhaltsam sinkender Anzeigenumsätze auseinander. Die Verantwortung der Verlage bezüglich der Überlebenschancen seiner vielfältigen lokalen Kunden steigt hierbei stetig. Teure Inserate ohne Anzeigenwirksamkeit können in Krisenzeiten leicht den Todesstoß für lokale Kunden bedeuten! Mit jedem schließenden Geschäft verlieren Verlage wichtiges Umsatzpotential, da Leerstände stetig zunehmen und oft nur durch bereits etablierte Discounter und Ketten ersetzt werden.

Die GEISLINGER ZEITUNG wollte sich aktiv dieser Verantwortung gegenüber ihren lokalen Kunden insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit dem Training seiner Mediaberater, Innendienstmitarbeiter und Techniker stellen. Hierzu fiel unsere Wahl auf das speziell für die Abo-Zeitungen konzipierte Trainingsprogramm „adbest“ der Firma ProConcept. Unsere Erwartungen wurden nicht enttäuscht und die Arbeit nach der Adbest-Methode macht obendrein auch noch Spaß.

In dieser Schulung wurde anhand vom Verlag bislang veröffentlichter Anzeigen sehr praxisnah verdeutlicht, wo sich verkaufs- und gestalterische Fehler eingeschlichen hatten, bzw. bereits bestehende Anzeigenkonzepte optimiert werden könnten. Besonders hilfreich war zur Einstimmung auf diese Schulung die zu Beginn durchgeführte Beurteilung von verlagsfremden Anzeigen durch jeden Teilnehmer mittels Checklisten. Diese verdeutlichte den Teilnehmern sehr anschaulich, wie Anzeigen ohne konzeptionellen Leitfaden auch von einem geschulten „Verlagsauge“ falsch interpretiert werden. Die anschließende Beleuchtung der verlagseigenen Anzeigen öffnete der Mehrzahl der Mediaberater die Augen. Gerade auch die Begutachtung der verlagseigenen Anzeigen wurde als sehr positiv und hilfreich eingeschätzt. Noch näher an der Basis arbeiten geht eigentlich nicht.

Die Referentin Frau Barbara Seiler hat sehr kompetent, einfühlsam und mit einer gesunden Portion Kritik verdeutlicht, wo in der zukünftigen Tätigkeit der Medienberater angesetzt werden muss. Über einen Kundenfrage-Katalog (inkl. Quick-Check als Kurzfassung) erhielt jeder Berater ein Instrumentarium in die Hand, auf dessen Basis schnell und wirkungsvoll ein Nutzenversprechen für jede behandelte Anzeige ermittelt und sofort praktisch umgesetzt werden konnte.

Besonders positiv hervorzuheben war im Ergebnis dieser Schulung auch die engere Zusammenarbeit zwischen Mediaberater und Techniker/Grafiker. Über den Quick-Check wussten beide Partner, worauf es bei der Anzeigengestaltung oder Anzeigenserie ankommt. Es war nach dieser Schulung auch gang und gebe, dass ein Techniker/Grafiker dem Mediaberater einen eigenen Vorschlag unabhängig vom Skript erstellte, da er anhand des Quick-Checks noch bessere Gestaltungsvarianten sah.

Da die Umsetzung dieser konzeptionellen Änderungen die aktive Einbeziehung der Kunden beinhaltet, wurde in einem Abstand von einem ¾ Jahr ein über drei Stunden dauernder Fachvortrag mit Frau Barbara Seiler als Referentin organisiert. Dieser Fachvortrag wurde von unseren Kunden sehr positiv bewertet, da hierdurch eine Brücke zwischen den neuen Beratungsaktivitäten des Mediaberaters und dem Verständnis der Kunden für nötige Veränderungen geschlagen wurde.

Die anschließende tagtägliche Umsetzung dieser Erkenntnisse in die Praxis bedeutet eine gehörige Portion an Arbeit und Konsequenz. Nicht jeder Mediaberater ist bereit oder auch fähig, seine bisherige Arbeit in Frage zu stellen und neu auszurichten. Die Gefahr ist groß, dass die gesetzten Ziele wieder aus den Augen verloren werden! Dies nicht, weil die Adbest-Methode kompliziert ist oder nicht wirkt, sondern weil es tagtäglich die Macht der Gewohnheit zu besiegen gilt. Und das ist bekanntlich einer der schwierigsten zu kämpfenden Kämpfe.

Derzeit wird in unserem Haus die Durchführung eines weiterführenden Adbest-Seminars angedacht. Die GEISLINGER ZEITUNG wird aktiv an der weiteren Ausrichtung Ihrer Beratungsaktivitäten mittels der Adbest-Methode zu Gunsten ihrer Kunden am Ball bleiben.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne unter der Rufnummer: 07337/202-20 zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

GEISLINGER ZEITUNG  
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
Anzeigenleitung



Bettina Holzwarth