



Bunte Vielfalt: Referenzbeispiele des Hanser-CP-Teams – vom Magazin bis zum Buch. (© Hanser/Zett)

FÜR BEIDE SEITEN EIN GEWINN: DIE ZUSAMMENARBEIT EINES UNTERNEHMENS MIT EINEM VERLAGSHAUS

Corporate Publishing

Corporate was? Der Carl Hanser Verlag bündelt seine Medienkompetenz seit einigen Jahren in einer Inhouse-Agentur. Die Form+Werkzeug-Redaktion klärt im Interview, welche Dienstleistungen im Angebot sind und warum sich eine Zusammenarbeit lohnt.

AUTOR Felix Herold

Wenn jemand den Wunsch hat, sein Unternehmen in irgendeiner Weise zwischen zwei Magazin- oder Buchdeckeln zu präsentieren, ist er bei uns richtig“, erklärt Elisabeth Heuelsen. Sie arbeitet neben Antje Bieber im Team Corporate Publishing, das von Dr. Maria Platte geleitet wird. Aber ist es wirklich so schwierig, einen Text zu schreiben? Es gehört zumindest einiges dazu. Die Kernkompetenz eines Produktionsbetriebs – egal ob Werkzeugmacher oder Maschinenhersteller – liegt in der Regel im technischen Know-how und nicht darin, dieses schriftlich auszuformulieren. Gerade kleinere Betriebe ohne eige-

ne Marketing- oder PR-Abteilung sind selten geübt in der Selbstdarstellung.

Entsteht in einem Unternehmen der Wunsch nach etwas Besonderem – einem Magazin, einem Buch über den Fir-

Hanser Inside

Dieser Artikel ist ein Azubi-Projekt, geschrieben von Felix Herold, Auszubildender zum Medienkaufmann im 2. Lehrjahr. Die Azubis durchlaufen im Rahmen ihrer Lehrzeit verschiedene Abteilungen im Haus. Während seiner Zeit in der Form+Werkzeug-Redaktion traf er die CP-Abteilung zum Interview und stellt hier ihre Arbeit vor.

meninhaber oder einer Firmenchronik –, steht das CP-Team mit Rat und Tat zur Seite. Doch können solche Projekte auch für kleinere Unternehmen mit überschaubarem Budget realisiert werden? Die Antwort lautet: ja. Die Hanser-Profis arbeiten für eine breite Zielgruppe: vom inhabergeführten Familienunternehmen mit fünf Mitarbeitern bis zum Großunternehmen. „In der Regel arbeiten wir mit kleinen und mittelständischen Unternehmen zusammen“, erläutert Bieber. „Gerade durften wir ein echtes Großprojekt verwirklichen: ein 544 Seiten starkes Werk über das Unternehmen Trumpf, erschienen in Deutsch und Englisch. Unsere Stärke liegt darin, unsere Ange-

bote genau auf den jeweiligen Kunden zuzuschneiden.“

„Wir agieren wie ein kleines, wendiges Schiff“

Um so unterschiedliche Auftraggeber zu bedienen, sind die Strukturen in der Abteilung anpassungsfähig. Das betont auch Teamleiterin Platte: „Die Flexibilität ist das, was uns ausmacht. Wir versuchen, uns wie ein kleines, wendiges Schiff den jeweiligen Gegebenheiten und Anforderungen anzupassen, auch um uns von unseren Wettbewerbern abzusetzen.“ Denn während große Agenturen mit bis zu 20 Mitarbeitern schon hohe Kosten verursachen, um in Gang zu kommen, verfolgt das Hanser-Team einen anderen Kurs. „Wir erstellen individuelle Angebote. Je nach Unternehmensgröße arbeiten wir direkt mit der Geschäftsführung oder auch eng mit der Marketingabteilung des Unternehmens zusammen.“

„Unser Kerngeschäft sind Bücher und Magazine“, erklärt Bieber. Alle dafür notwendigen Dienstleistungen kann das Corporate-Publishing-Team selber umsetzen oder vermitteln: angefangen beim Konzept über Text, Fotos, Layout und Übersetzungen bis hin zu drucktechnischen Fragen. Ob das gewünschte Buch dann eine Auflage von 10 oder 20 000 hat, spielt keine Rolle.

„Entscheidend ist, was der Kunde will“

„Nehmen wir an, ein Kunde möchte ein Jubiläumsmagazin veröffentlichen. Das kann ja ganz unterschiedlich aussehen, was die Inhalte und vor allem die Art der Darstellung angeht. Ist eine rein informative oder eher eine emotionale Präsentation gewünscht? Das gemeinsam mit dem Kunden herauszuarbeiten, erfordert genaues Hinhören und viel Gespür. Erst wenn wir den Kunden genau verstanden haben, machen wir uns an die Arbeit und erstellen ein Buch, das dem Auftraggeber gefällt und der Leser versteht“, definiert Elisabeth Heuëisen die Aufgabe des CP-Teams. „Dabei ist es oft hilfreich, dass wir den Blick von außen haben.“ Die richtigen Worte zu finden, ist dabei Routine. Egal ob es um ein Jubiläum geht oder um die Neupositionierung eines Unternehmens,



Auf den Punkt gebracht: das Corporate-Publishing-Team im Interview mit Felix Herold.

(© Hanser/Schröder)

ob der Kunde neue Mitarbeiter werben oder an seinem Image arbeiten möchte.

Um die Erfordernisse des Kunden zu erfassen, machen sich die drei in der Regel vor Ort ein Bild. „Man erhält dabei einen direkten Eindruck vom Unternehmen. Wir fühlen uns dann immer ein wenig wie bei der Sendung mit der Maus“, schmunzelt Heuëisen. Der persönliche Austausch ist den CP-Expertinnen sehr wichtig. Nach dem ersten persönlichen Kontakt erhält der Kunde ein Angebot. „Auch dabei ist es entscheidend herauszufinden, welche unserer Kompetenzen der Kunde haben will. Wir haben erst mal einen breiten Strauß an Möglichkeiten, aus denen er auswählen kann.“ Das fängt bei einem möglichen Auftritt in einem Fachmagazin an, betrifft aber genauso die Autorenakquise, die Illustratorensuche oder die Suche nach einem Übersetzer. Selbstverständlich unterstützt das Team auch beim Herausarbeiten der passenden Inhalte.

„Wir liefern das Rundum-sorglos-Paket“

„Der Kunde bekommt die Art von Inhalt und Gestaltung, die er wünscht. Unser Ziel ist, dass der Kunde uns seine Absichten und Ideen schildert und wir das für ihn umsetzen. Im Idealfall gibt er uns seine Vorstellungen und erhält von uns ein Buch zurück. Wir versuchen, alle Projekte zu einem Rundum-sorglos-Paket für den Kunden zu machen“, erklärt Bieber.

Ein weiterer Vorteil des Hanser-Teams: „In unserem Haus befinden sich viele Abteilungen, auf deren Kompetenzen wir zugreifen können. Sei es technisches Know-how oder literarische Qualität.“ Denn neben Fachzeitschriften und Fachbüchern verlegt der Hanser Verlag ja auch Romane und Sachbücher. „Besonders, wenn es um fachliche Themen geht, können wir auf die Redakteure der Fachzeitschriften und auf das Lektorat der Fachbücher zurückgreifen, die sich in der Thematik sehr gut auskennen.“

Um noch einmal auf das Trumpf-Buch zurückzukommen: Es wurde ins Hanser-Sachbuchprogramm aufgenommen und ist im Buchhandel erhältlich. Ein klarer Mehrwert für den Kunden. Neben Trumpf hat das Corporate-Publishing-Team in der Vergangenheit u.a. mit der Berliner Staatsoper und dem Humboldt-Forum zusammengearbeitet. Eine gemeinsame Publikation mit dem Institut für Kunststoffverarbeitung (IKV) Aachen ist derzeit in Planung. Was bisher noch fehlt: eine Publikation aus dem Bereich des Werkzeug- und Formenbaus. Aber was nicht ist, kann ja noch werden. ◆

Info

Hanser Corporate
www.hansercorporate.de