

Mitarbeiterzahl. Wir haben schon immer in Schulung und Qualität investiert. Aber ohne zusätzliche Investitionen ging es auch bei uns nicht. Darüber hinaus haben wir jetzt die schon erwähnte Analyse-Software angeschafft, zusätzliche Leitungen geschaltet für die Rückrufe der Kunden sowie eine weitere Technik installiert und eine Organisation aufgebaut, um die Rückrufe entgegen nehmen zu können.

5. Unsere Zielvorgaben sind weitestgehend identisch mit der Hochrechnung für das Jahr 2009.

Karl-Heinz Behrens, Geschäftsführer Vertriebsunion Meynen

1. Die letztendlich in Kraft getretene Datenschutznovelle ist ein Kompromiss mit Haken und Ösen, mit Unklarheiten und Interpretationsspielräumen, in vielen Positionen abgespeckt und hinsichtlich der Intention der Initiatoren zur Unkenntlichkeit verstümmelt. Klar ist, die von den Auswirkungen des Gesetzes betroffenen Unternehmen müssen schon sehr intensiv prüfen, wie sie vermeintliche Rechtssicherheit in ihrem Handeln in Werbung, Marketing und Vertrieb erreichen.

Allein die Summe der zu erwartenden Belastungen für die Wirtschaft durch die Datenschutz-Novelle beträgt insgesamt rund zehn Mio. Euro. Durch Informationspflichten entstehen Bürokratiekosten von weiteren 500.000 Euro. Das twitterten die Eingeweihten direkt nach der Verabschiedung im Juli des Jahres.

Und was das Auftragsverhältnis unserer Kundenverlage zu der Vertriebsunion als Serviceunternehmen angeht, hat der Gesetzgeber in der Novelle eine nicht triviale Bußgeldfalle eingebaut. Um datenverarbeitende Dienstleister zu beauftragen

gelten nämlich neue Regeln. Betroffen hiervon sind alle Verlage, die für Vertrieb und Marketing ein externes Serviceunternehmen verpflichtet haben. Naturgemäß werden dort in der Regel personenbezogene Daten für den Versand der Publikationen und für Direkt-Werbemaßnahmen sowie die Abonnenten- und Kundendaten gespeichert und verarbeitet.

In nicht weniger als zehn Punkten gibt der Gesetzgeber nun vor, wie eine Beauftragung eindeutig und rechtmäßig zu erfolgen hat. Ein nicht richtiger, nicht vollständiger oder nicht in der vorgeschriebenen Weisung erteilter Auftrag, aber auch eine fehlende

Prüfung der Datensicherheitsmaßnahmen beim Dienstleister, kann seit dem 1. September mit einem Bußgeld bis zu 50.000 Euro geahndet werden.

2. Drei Faktoren haben seit Jahresbeginn das Anforderungsprofil entscheidend beeinflusst.

1. Ökonomische Zwänge bedingt durch die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise insbesondere die eingebrochenen Anzeigenmärkte bei den Marketing orientierten B2B-Zeitschriften.

2. Fortschreitende Digitalisierung in der Medienwelt und deren Auswirkung auf das Nutzungsverhalten der Leser.

3. Verschärfung der werbe- und marketingrelevanten Gesetze wie Datenschutzgesetz und UWG.

Den Punkt 1 hat die Vertriebsunion schon immer als eine Herausforderung angenommen. Alle angebotenen Leistungen unterwerfen sich grundsätzlich den ökonomischen Zielen der

„Gezieltes Neugeschäft schlägt eindeutig nervöses Sparen und erübrigt ineffiziente Preisdiskussionen.“

*Karl-Heinz Behrens,
Geschäftsführer Vertriebsunion Meynen*

Kunden: Umsatz auszubauen, Absatz zu steigern, Kosten zu reduzieren oder mit Augenmaß zu investieren. Insofern bescheiden uns unsere Kunden schon immer ein ausgesprochen ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Im Klartext heißt das, wir unterstützen unsere Verlage proaktiv mit Service-Mehrwert und wertvollen Tools zur Erschließung von Neugeschäft, was den geschäftlichen Erfolg auch in Krisenzeiten verbessert. Gezieltes Neugeschäft schlägt eindeutig nervöses Sparen und erübrigt ineffiziente Preisdiskussionen.

In der Konsequenz aus Punkt 2 haben wir ein kleines Portfolio an Diensten und Services entwickelt. Dieses unterstützt die Verlage, ihre Inhalte auch in der digitalen Welt an die richtigen Nutzer zu bringen, die daraus resultierenden Resonanzen einzufangen und in der Kundendatenbank – übrigens konform nach neuem BDSG – Profil gebend abzuspeichern. Online-Services gehören ebenso dazu wie Web-TV und Webinare. Ganz neu im Angebot ist unser Fullserviceangebot Twitter für Verlage.

Und was den mit Punkt 3 beschriebenen Prozess der Gesetzesänderungen anbelangt, so hat die Vertriebsunion bereits von Anbeginn der Entwicklungsphase an die Initiative gegen die mutmaßlichen Behinderungen der Kommunikationsbranche betrieben. Neben unserem Blog www.ja-zur-fachzeitschrift.de und einer begleitenden Berichterstattung auf unserer Plattform www.fachmedien.net haben wir auch eine einschlägige XING-Gruppe ins Leben gerufen. Darüber hinaus haben wir in mehreren Veranstaltungen unsere Marktpartner aus Verlagen und Agenturen über den jeweiligen Stand informiert und gemeinsam mit ihnen konsequent an zukunftsfähigen Lösungen gearbeitet.

Ein konkretes Resultat ist unser Produkt VU-Web-Opt-In, mit dessen Hilfe die Verlage sehr kostengünstig für ihre Adressen rechtssichere Opt-Ins generieren und diese damit nachhaltig wertvoll machen können. Im Durchschnitt haben unsere Kunden, die von unserem Web-Opt-In bereits Gebrauch gemacht haben, lediglich einen Euro pro Opt-In aufwenden müssen.

3. Grundsätzlich kommunizieren wir mit unseren Kunden und potenziellen Kunden persönlich. Bei einem Potenzial von



Karl-Heinz Behrens

Vertriebsunion Meynen

Gesellschafter: Walter Weishaupt

Geschäftsführer: Karl-Heinz Behrens

Zahl der Mitarbeiter: 54 Vollzeit- und 6 Teilzeitkräfte

Branchen: Fach-, Special-Interest- und Corporate Publishing-Verlage

Zentrale Dienstleistungen: Als Outsourcing-Partner unterstützt die VU den Vertrieb der Kundenprodukte und Inhalte über alle Medien und Kanäle zu potenziellen Abnehmern und Interessenten

Zahl der betreuten Kunden: 29 Verlage im Fullservice plus 3 installierte ASP-Lösungen

Zahl verbreiteter Hefte p.a.: 11,5 Mio

Zahl der Abonnenten p.a.: 350.000



vertriebsunion meynen