

# Aus Newspaper Impact wird Press Impact

Mit der Erweiterung des Portfolios von Newspaper Impact, dem bisherigen Zeitungsnationalvertrieb, tritt zum 1. Juli die Firma unter dem Namen Press Impact an. Michael Fischer und David Löffler, Geschäftsführer Press Impact und Geschäftsführer Buch und Presse Hamburg, über die Hintergründe.



**MICHAEL FISCHER**  
Geschäftsführer Press Impact und  
Buch und Presse Hamburg



**DAVID LÖFFLER**  
Geschäftsführer Buch und Presse  
Hamburg und Press Impact

Die Neu- und Umpositionierung der Vertriebsfirmen der Axel Springer SE erreicht mit der Portfolio-Erweiterung und dem Namenswechsel von Newspaper Impact in Press Impact eine neue Dimension. Nach dem Motto „Kurze Wege und alles unter einem Dach“ haben Michael Fischer und David Löffler jetzt am Hamburger Höltingbaum ein neues Kapitel aufgeschlagen.

Am Neuen Höltingbaum in Hamburg Rahlstedt war man bereits seit einiger Zeit konkrete Schritte in Richtung Weiterentwicklung gegangen: So wurde aus dem Pressegrasso-Unternehmen Buch und Presse zum 1. Januar dieses Jahres eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Axel Springer SE. (DNV berichtete in Ausgabe 17/2018).

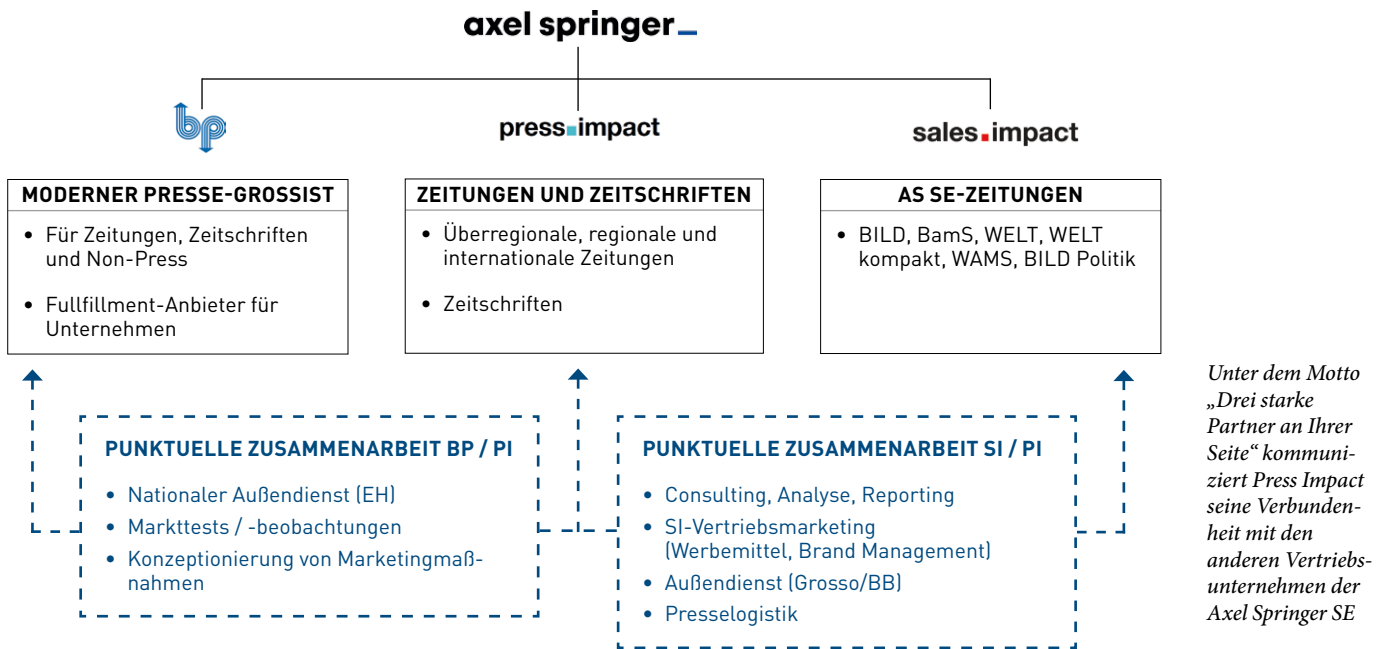
Michael Fischer erklärte damals gegenüber DNV: „Das bedeutet für uns schlankere Strukturen, schnellere Entscheidungswege und so ein einfacherer Ausbau unseres Dienstleistungsportfolios. Das steht ganz oben auf der Agenda.“ Konkret bedeutete dies die Bündelung aller bislang externen vertrieblichen Dienstleistungen seitens der Häuser Axel Springer und Sales Impact im Hause Buch und Presse. So wurde bereits am 1. Februar dieses Jahres die Steuerung des bundesweiten Sales Impact-Außendienstes übernommen. Die Übernahme der bundesweiten Disposition, die Remissionserfassung und das Call-Center für die *Bild*-Belieferung an alle McDonalds-Filialen in Deutschland hatte man bereits Ende 2018 bewerkstelligt.

Jetzt kommt der zweite Streich: Bereits seit Anfang 2019 akquiriert Newspa-

per Impact neben Zeitungsverlagen auch Zeitschriftentitel. Michael Fischer betont: „Letztlich lag die Erweiterung des Portfolios für Newspaper Impact auf der Hand, da wir ja das Know-how im Grunde schon im Haus haben. Denn seit 2016 betreuen wir Zeitschriften von regional wie bundesweit agierenden Zeitungsverlagen. Dazu kommt, dass wir die kompetenten Betreuer und die entsprechenden Systeme im Haus haben. Außerdem investieren wir natürlich in die Bereiche Marketing und Außendienst.“ David Löffler ergänzt: „Ich denke, dass wir ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis haben, so dass wir unseren Mandanten Kosteneinsparungspotenziale von bis zu 25 Prozent anbieten können.“

Mit dem neuen Angebotspaket Press Consulting Impact, so Fischer und Löffler weiter, habe man jetzt ein zeitgemäßes Modell, das den Mandanten die Buchung ausgewählter Leistungen auf Projektbasis ermöglichen. Michael Fischer erklärt: „Wir bieten unseren Kunden an, Projekte mit uns abzuschließen. Praktisch ist es ein Baukastensystem, bei dem sich die Mandanten aussuchen können, was für sie passend ist. Unsere prospektiven Kunden profitieren dabei vom stetigen Austausch zwischen den Wertschöpfungsstufen Verlag-Grosso-Nationalvertrieb. Ich bin sicher, dass sich dieser Umstand gewinnbringend auf unsere Verlagskunden auswirken wird, beispielsweise durch Titelaufwertung, Bekanntheit, Markenstärkung und Verkauf.“

## Press Impact: Die Unternehmensstruktur im Axel Springer-Verbund



QUELLE: PRESS IMPACT 2019

### KUNDENNUTZEN SCHAFFEN: ZWEI WERTSCHÖPFUNGSKETTEN AN EINEM ORT VEREINT

„Schnellen Wissenstransfer zwischen Grosso und Nationalvertrieb zu bewerkstelligen, ist das Gebot der Stunde“, sagt auch David Löffler. Der Geschäftsführer von Buch und Presse Hamburg erklärt, dass sein Haus jederzeit als Grosso-Testgebiet verlagsseitig genutzt werden könne. Denn mehr denn je, so Löffler weiter, sei sein Unternehmen ein Haus mit „offenen Türen und dem Mut zu innovativen Vertriebsideen.“

Jeder Verlag sei jederzeit zudem herzlich eingeladen, seine Mitarbeiter für eine Grosso-Führung, für reguläre Touren und Nachtdienst-Fahrten, Hospitationen etc. anzumelden, um live zu erfahren, wie ein innovativer Grossist heute arbeitet.

Ein weiterer Verkaufsförderungs-Service, der gerade vorbereitet wird, sei die Beratung von so genannten Kleinst-EH's. Hier habe man Schulungskonzepte entwickelt, die beispielsweise in Form von Webinaren präsentiert werden können.

Insgesamt, betonen Michael Fischer und David Löffler, sei man sehr optimistisch, dass man mit diesen neuen Anstrengungen, die sowohl Konsolidierung als auch Leistungssteigerung bedeuteten, wesentliche Schritte für ein zukunftssicheres Presse-Vertriebssystem der Medienvielfalt gegangen sei.

**RALF DEPPE**

### AUS NEWSPAPER IMPACT WIRD PRESS IMPACT

Aus dem bekannten Zeitungs-Nationalvertrieb Newspaper Impact (NI) wird zum 1. Juli der ND mit dem neuen Namen Press Impact, der sein Leistungsportfolio erweitern will. Am Standort in Hamburg-Rahlstedt will Press Impact mit flachen Hierarchien und einer offenen, transparenten Kommunikationskultur beider Wertschöpfungsstufen – Grosso und Nationalvertrieb – punkten. Bereits am 1. April dieses Jahres war Newspaper Impact an den Neuen Höltigbaum an den Firmensitz des Hamburger Grossos Buch und Presse Hamburg gezogen.