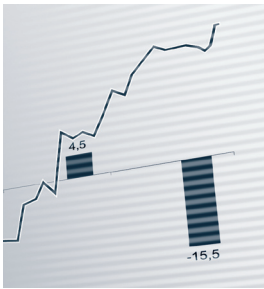


# APENBERG+PARTNER

Unternehmensberater Medien und Druckindustrie

## Befragungsergebnisse



# Herbstbefragung

Erwartungen der Druckerei- und Verlagsmanager für 2006

# Herbstbefragung

---

Erwartungen der Druckerei- und Verlagsmanager für 2006

## © Herbstbefragung November 2005 |

Die Studie einschließlich all ihrer Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung von Apenberg+Partner unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

### Schutzgebühr 50,00 € (inkl. 16 % Mehrwertsteuer)

Apenberg+Partner GmbH  
Ulmenstraße 21  
22299 Hamburg  
Telefon: +49 (0) 40 450 121 0 | Telefax: +49 (0) 40 450 121 20  
zentrale@apenberg.de

### Für die Druckindustrie der neuen Bundesländer:

Apenberg+Latayka GmbH  
Hahnemannsplatz 1  
01662 Meißen  
Telefon: +49 (0) 3521-40 10 40 | Telefax: +49 (0) 3521-40 10 44  
latayka@apenberg.de

[www.apenberg.de](http://www.apenberg.de)

<b>Management Summary .....</b>	<b>3</b>
---------------------------------	----------

## Teilnehmer

Unternehmen .....	4
Management .....	5

## Ergebnisse

1. Druckindustrie .....	6
1.1 Druckereien aus den neuen Bundesländern.....	7
1.2 Akzidenzdruck.....	8
1.4 Etikettendruck.....	9
1.3 Verpackungsdruck.....	10
1.5 Zeitungsdruck.....	11
1.6 Formulardruck.....	12
2. Verlage .....	13
2.1 Zeitung .....	14
2.2 Buch .....	15
2.3 Fachzeitschriften.....	16
2.4 Zeitschriften .....	17
Geschäftsfelder von Apenberg+Partner .....	18
Unternehmensberatung.....	18
Personalberatung .....	18
Medienprozessberatung .....	19
Beteiligungsberatung.....	19
Marktforschung.....	20

### **Die Herbstumfrage von Apenberg+Partner hat sich zu einer bedeutenden Top-Management-Befragung für Verlage und Druckereien entwickelt.**

Die traditionelle Herbstumfrage von Apenberg+Partner hat in diesem Jahr eine Rekordbeteiligung von 242 deutschen Druckereien und Verlagen ergeben (Vorjahr 92 Teilnehmer). 89 Prozent der im November 2005 versandten Fragebogen wurden von Vorständen und Geschäftsführern beantwortet.

#### **Druckindustrie**

166 Unternehmen aus der deutschen Druckindustrie beteiligten sich an der Herbstbefragung. Erstmals nahmen 35 Druckereien aus den neuen Bundesländern teil.

Die Druckindustrie erwartet für 2006 eine Verbesserung ihrer Ergebnisse. Lediglich zehn Prozent rechnen mit einer Ergebnisverschlechterung. 66 Prozent aller befragten Druckereimanager gehen davon aus, dass die Lieferantenpreise 2006 steigen werden. Die zukünftige Marktentwicklung wird überwiegend positiv eingeschätzt. Waren im letzten Jahr noch sieben Prozent der Befragten der Meinung, dass der Markt wächst, so erwarten für 2006 23 Prozent der Befragten ein Marktwachstum. Der Personalabbau wird sich nach Meinung der Personalmanager verlangsamen. Wollten im letzten Jahr noch 33 Prozent Personal abbauen, so erwarten für 2006 nur noch 25 Prozent der Unternehmen eine Abnahme beim Personal.

Starken Gegenwind vom Markt erwarten die Etikettendrucker. 80 Prozent der Befragten rechnen mit rückläufigen Preisen für ihre Produkte und Dienstleistungen. Die Zeitungsdruckereien stellen sich 2006 auf eine weitere Reduzierung beim Personalbestand ein. Immerhin gaben 40 Prozent der Zeitungsmanager an Personal abzubauen.

#### **Verlage**

76 deutsche Verlage beteiligten sich an der diesjährigen Herbstbefragung.

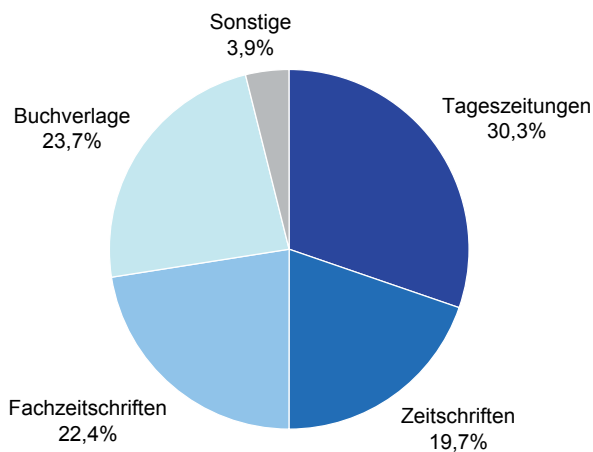
Die Verlage gehen überwiegend optimistisch in das Jahr 2006. 58 Prozent der befragten Verlagsmanager erwarten für 2006 eine Ergebnisverbesserung. 57 Prozent aller befragten Verlagsmanager gehen davon aus, dass die Lieferantenpreise 2006 steigen werden. Lediglich neun Prozent glauben an rückläufige Lieferantenpreise. Die zukünftige Marktentwicklung wird von 29 Prozent der Befragten positiv eingeschätzt. Im Vorjahr waren lediglich 13 Prozent dieser Meinung.

Der Personalabbau wird sich unvermindert fortsetzen. Wollten im letzten Jahr noch 30 Prozent der Unternehmen Personal reduzieren, so erwarten 34 Prozent der Verlage für 2006 einen weiteren Personalabbau. Während 36 Prozent der Buchverlage einen Personalszuwachs erwarten, planen jeder zweite Zeitungsverlag und 43 Prozent der Fachzeitschriftenverlage im nächsten Jahr einen Personalabbau.

## Teilnehmer

Die Herbstumfrage basiert auf einer schriftlichen Befragung von 800 Verlagen und Druckereien in Deutschland. 242 Unternehmen (30,3 Prozent) haben den Fragenbogen ausgefüllt zurückgesandt. Gegenüber der Befragung aus dem Jahre 2004 hat sich die Anzahl der zurück gesandten Fragebögen mehr als verdoppelt. Mehrfachangaben aus einem Unternehmen wurden zusammengefasst.

### Teilnehmer Herbstumfrage Verlage / 2005

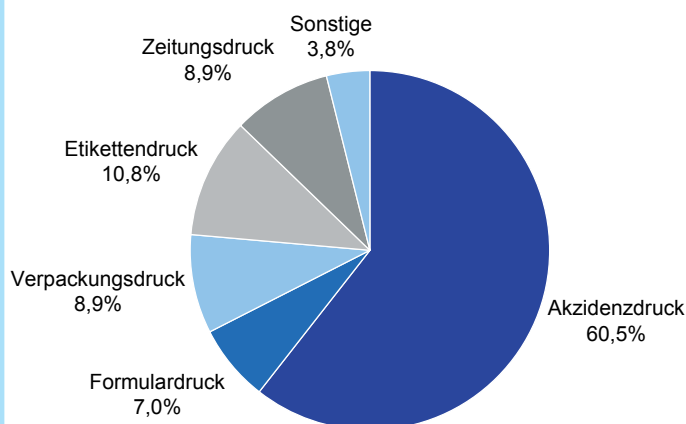


**300 Verlage** in Deutschland wurden schriftlich befragt. **76 Verlage** (25,3 Prozent) haben geantwortet.

Die Tageszeitungen bilden mit 30,3 Prozent der Befragten die größte Gruppe der Verlage, gefolgt von den Buchverlagen mit einem Anteil von 23,7 Prozent.

**N = 76** Verlage aus Deutschland

### Teilnehmer Herbstumfrage Druckindustrie / 2005



**500 Druckereien** in Deutschland wurden schriftlich befragt. **166 Drucker** (33,2 Prozent) haben geantwortet.

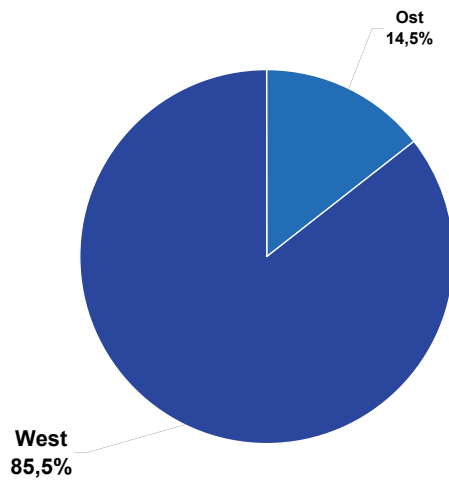
Die größte Teilnehmergruppe sind traditionell die Akzidenzdruckereien mit einem Anteil von 60,5 Prozent. Erstmals wurde der Zeitungsdruck als eigenständige Gruppe ausgewertet.

**N = 166** Druckereien aus Deutschland

## Teilnehmer

Die Fragebögen wurden im November 2005 von Apenberg+Partner (Apenberg+Latayka für die neuen Bundesländer) versandt und ausgewertet. 89 Prozent der Fragebögen wurden von Vorständen und Geschäftsführern beantwortet.

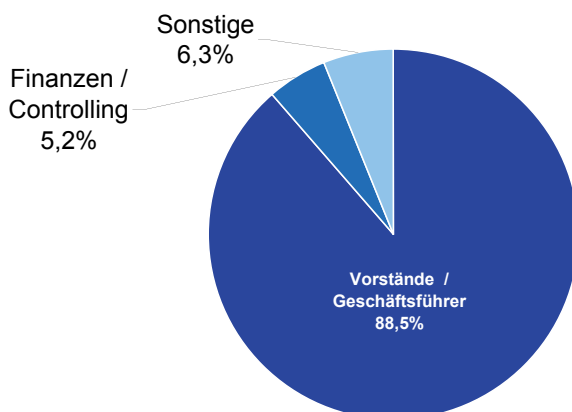
Teilnehmer Herbstumfrage Gesamt / 2005



Die Herbstumfrage wird traditionell in den alten Bundesländern durch geführt. Erstmals wurden, mit Unterstützung von Apenberg+Latayka, Meißen, Druckereien in den neuen Bundesländern befragt.

**N = 242** Verlage und Druckereien aus Deutschland

Teilnehmer Herbstumfrage Gesamt / 2005

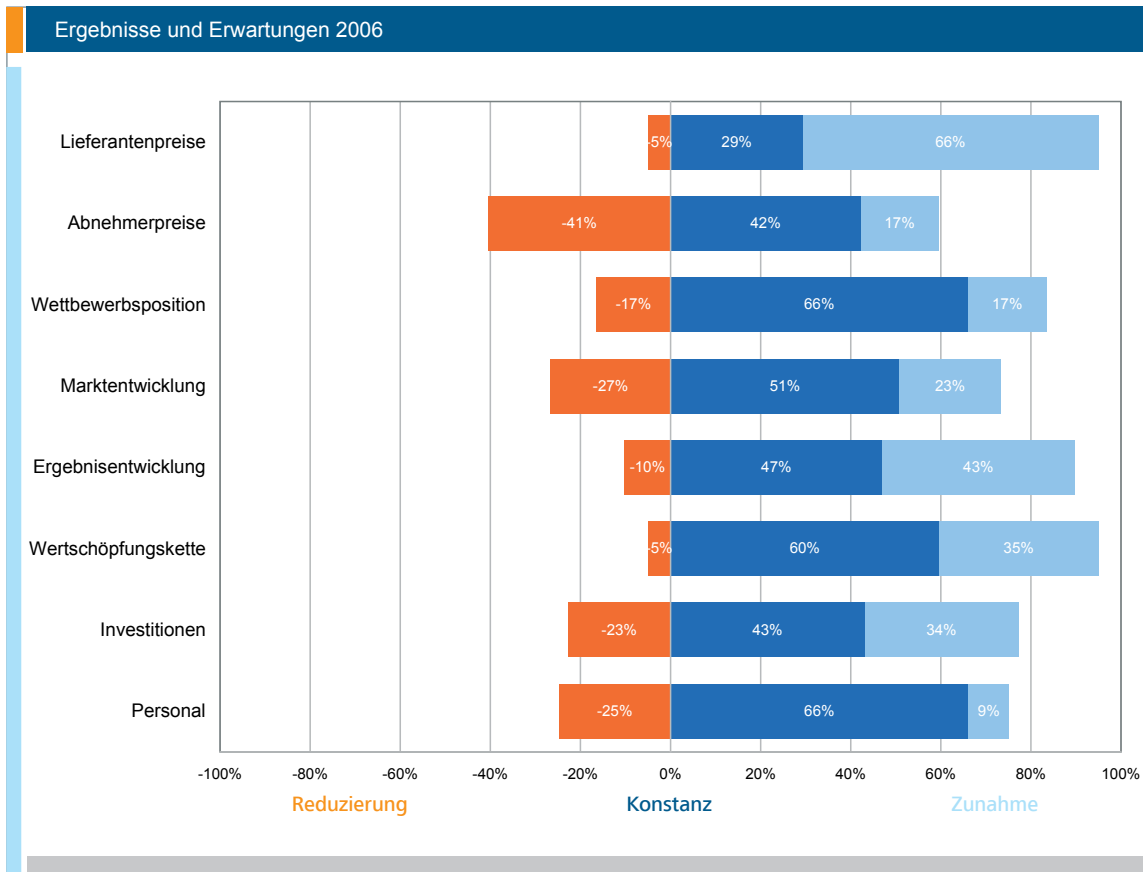


**Die Herbstumfrage hat sich zu einer bedeutenden Top-Management-Befragung für Verlage und Druckereien entwickelt.**

88,5 Prozent der Fragebögen wurden von Vorständen, Geschäftsführern und Inhabern beantwortet. Lediglich 11,5 Prozent der Fragebögen wurden von den nachfolgenden Managementebenen beantwortet.

# 1. Druckindustrie

## 1.0 Druckindustrie (N = 157)

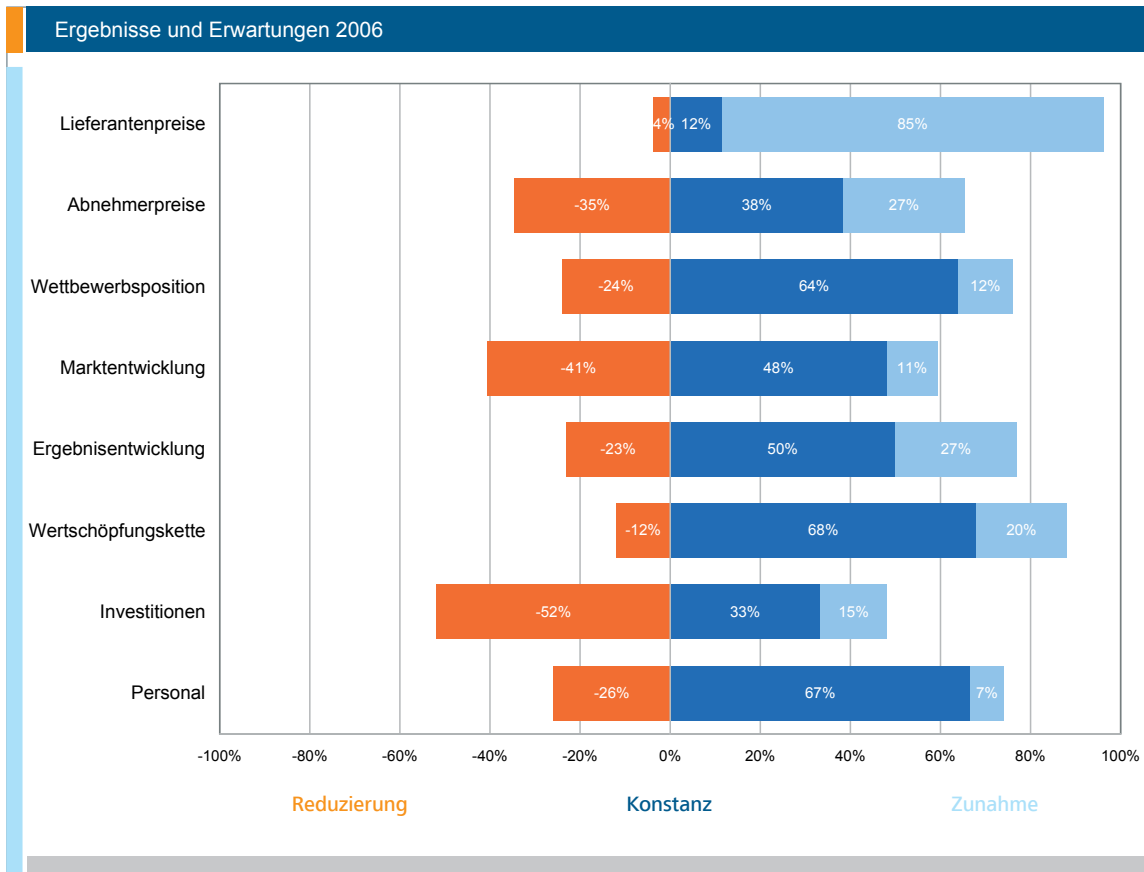


### Beschreibung der Ergebnisse

- 66 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten. Im Vorjahreszeitraum haben noch 71 % höhere Lieferantenpreise erwartet.
- 41% der Druckereimanager rechnen mit einem weiter sinkenden Preisniveau bei den eigenen Produkten und Leistungen, 17 % rechnen mit steigenden Preisen.
- Nur noch 17% (Vorjahr 31%) erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verschlechtert.
- Hinsichtlich der Marktentwicklung rechnen 23% (Vorjahr: 7%) der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer Verbesserung.
- 90% der befragten Unternehmen erwarten ein konstantes oder besseres Ergebnis.
- 95% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette erhalten oder weiter ausbauen (Vorjahr: 90%).
- 34% (Vorjahr: 29%) gaben an, im nächsten Jahr wieder investieren zu wollen.
- Jedes vierte Unternehmen wird sein Personal weiter reduzieren.

# 1. Druckindustrie

## 1.1 Druckereien aus den neuen Bundesländern (N = 26)



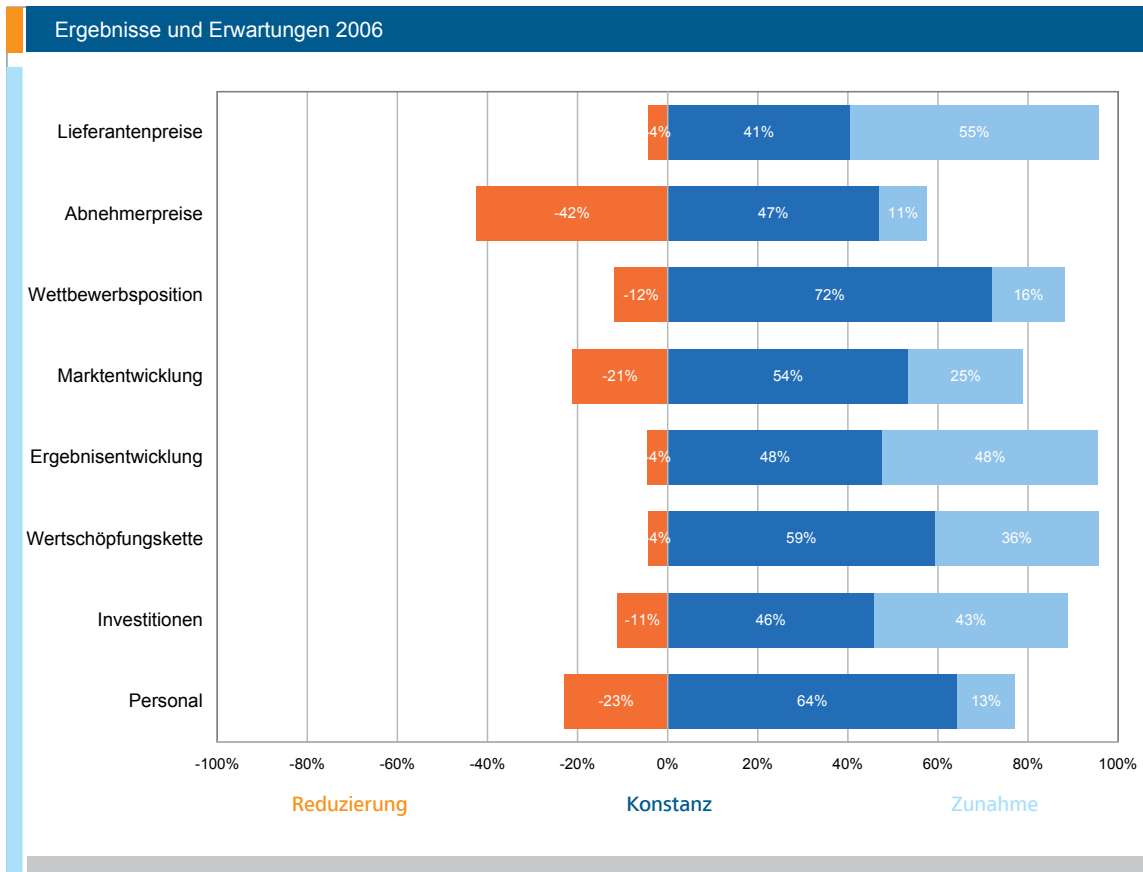
### Beschreibung der Ergebnisse

- 85 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 35% der Druckereimanager rechnen mit einem weiter sinkenden Preisniveau bei den eigenen Produkten und Leistungen, 27 % rechnen mit steigenden Preisen.
- 24% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verschlechtert.
- Hinsichtlich der Marktentwicklung rechnen 41% der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer Verschlechterung.
- 77% der befragten Unternehmen erwarten ein konstantes oder besseres Ergebnis.
- 20% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen.
- Nur 15% gaben an, im nächsten Jahr wieder investieren zu wollen, während 52% der ostdeutschen Druckereimanager einen Rückgang der Investitionen erwarten.
- 67% erwarten für 2006 keine Veränderungen im Personalstand.



# 1. Druckindustrie

## 1.2 Akzidenzdruck (N = 95)

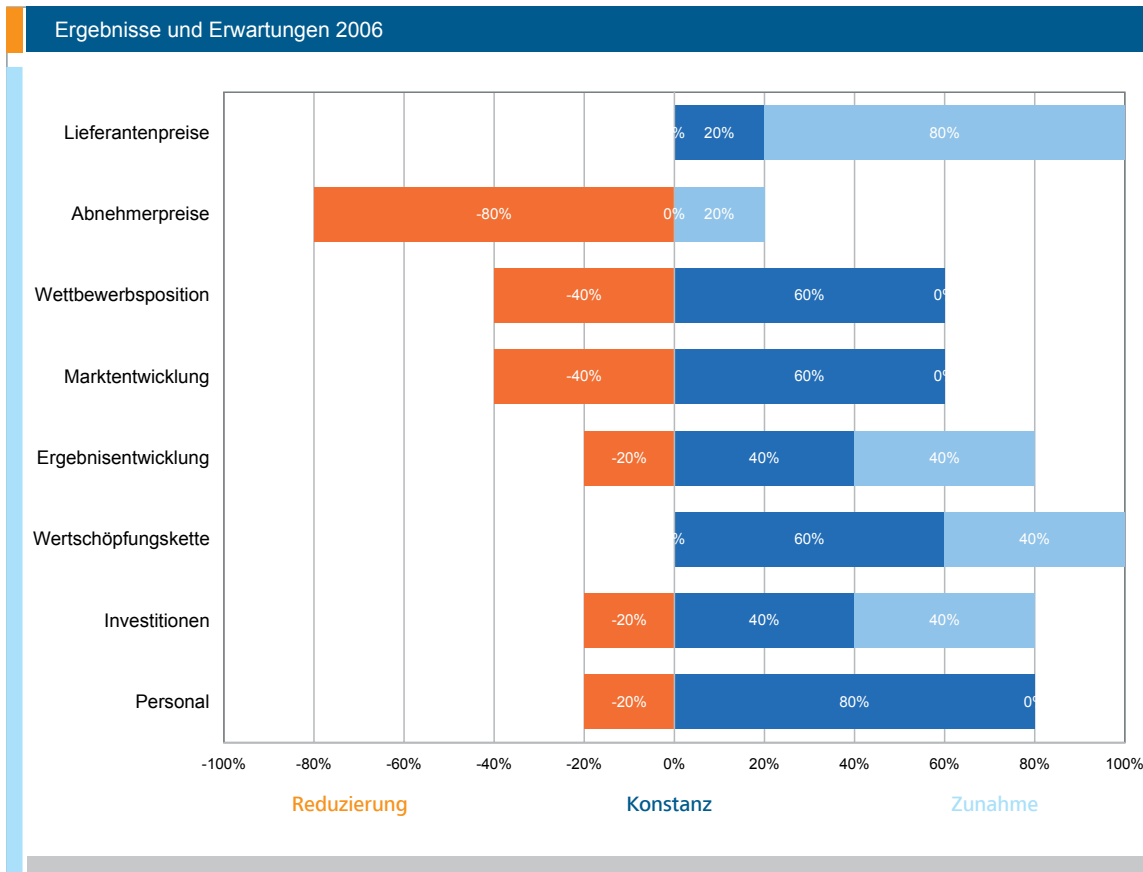


### Beschreibung der Ergebnisse

- 55 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 42% der Druckereimanager rechnen mit einem weiter sinkenden Preisniveau bei den eigenen Produkten und Leistungen, lediglich 11% rechnen mit steigenden Preisen.
- 16% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessert.
- Hinsichtlich der Marktentwicklung rechnen 21% der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer Verschlechterung, 25% erwarten eine Verbesserung.
- 96% der befragten Unternehmen erwarten ein konstantes oder besseres Ergebnis für 2006.
- 36% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen.
- 43% gaben an, im nächsten Jahr wieder mehr investieren zu wollen, während 46% der Druckereimanager ihr Investitionsverhalten nicht verändern.
- 64% erwarten für 2006 keine Veränderungen im Personalstand, 13 Prozent planen wieder mehr Personal einzustellen.

# 1. Druckindustrie

## 1.3 Etikettendruck (N = 17)

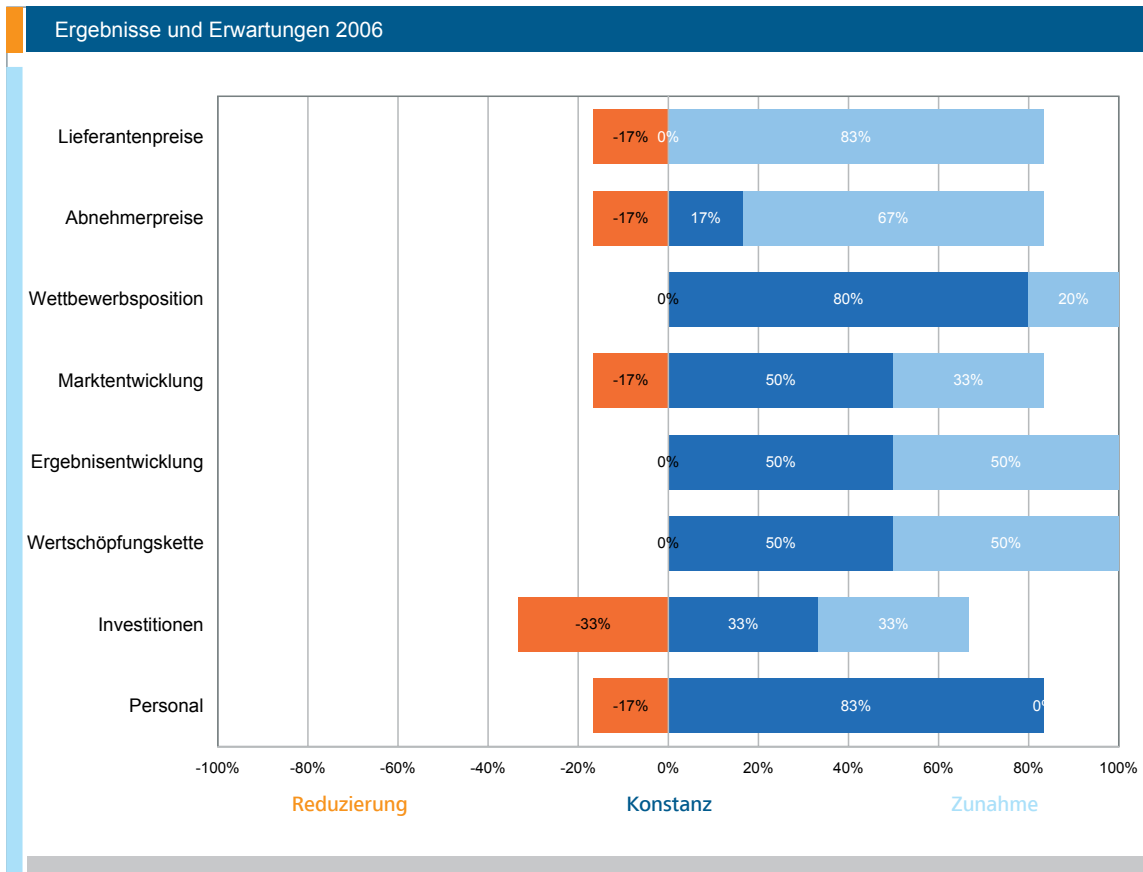


### Beschreibung der Ergebnisse

- 80 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 80 % der Manager in Etikettendruckereien erwarten einen weiteren Druck auf die Abnehmerpreise. Lediglich 20% rechnen mit steigenden Preisen.
- 60% erwarten eine unveränderte Wettbewerbsposition. Eine Verbesserung konnte sich keiner der Befragten vorstellen.
- 40% erwarten eine rückläufige Marktentwicklung.
- Trotz eines schwierigen Marktumfeldes erwarten 80% der befragten Unternehmen ein konstantes oder besseres Ergebnis für 2006.
- 40% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen.
- 40% gaben an, im nächsten Jahr wieder mehr investieren zu wollen, während 20% der Druckereimanager weniger investieren wollen.
- 80% erwarten für 2006 keine Veränderungen im Personalstand.

# 1. Druckindustrie

## 1.4 Verpackungsdruck (N = 14)

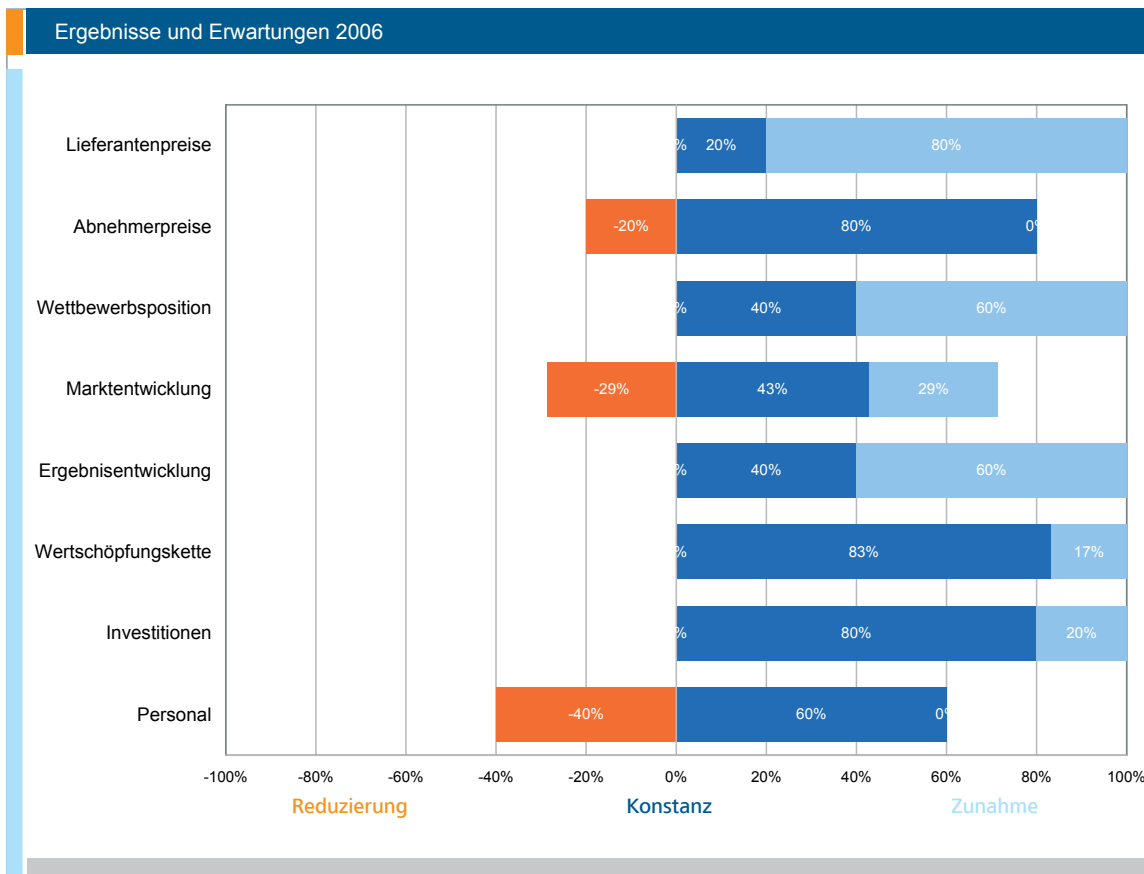


### Beschreibung der Ergebnisse

- 83 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 67 % der Manager in Verpackungsdruckereien erwarten für 2006 höhere Abnehmerpreise. Lediglich 17% rechnen mit sinkenden Preisen.
- 80% erwarten eine unveränderte Wettbewerbsposition. Eine Verschlechterung erwartet keiner der Befragten.
- 33% erwarten ein Marktwachstum, während 50% der Befragten von einer unveränderten Marktentwicklung ausgehen.
- Die guten Markterwartungen für 2006 schlagen sich auch im Ergebnis nieder. Immerhin erwarten 50 % der befragten Unternehmen ein besseres Ergebnis für 2006.
- 50% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen.
- 33% gaben an, im nächsten Jahr wieder mehr investieren zu wollen, während 33% der Druckereimanager weniger investieren wollen.
- 83% erwarten für 2006 keine Veränderungen im Personalstand.

# 1. Druckindustrie

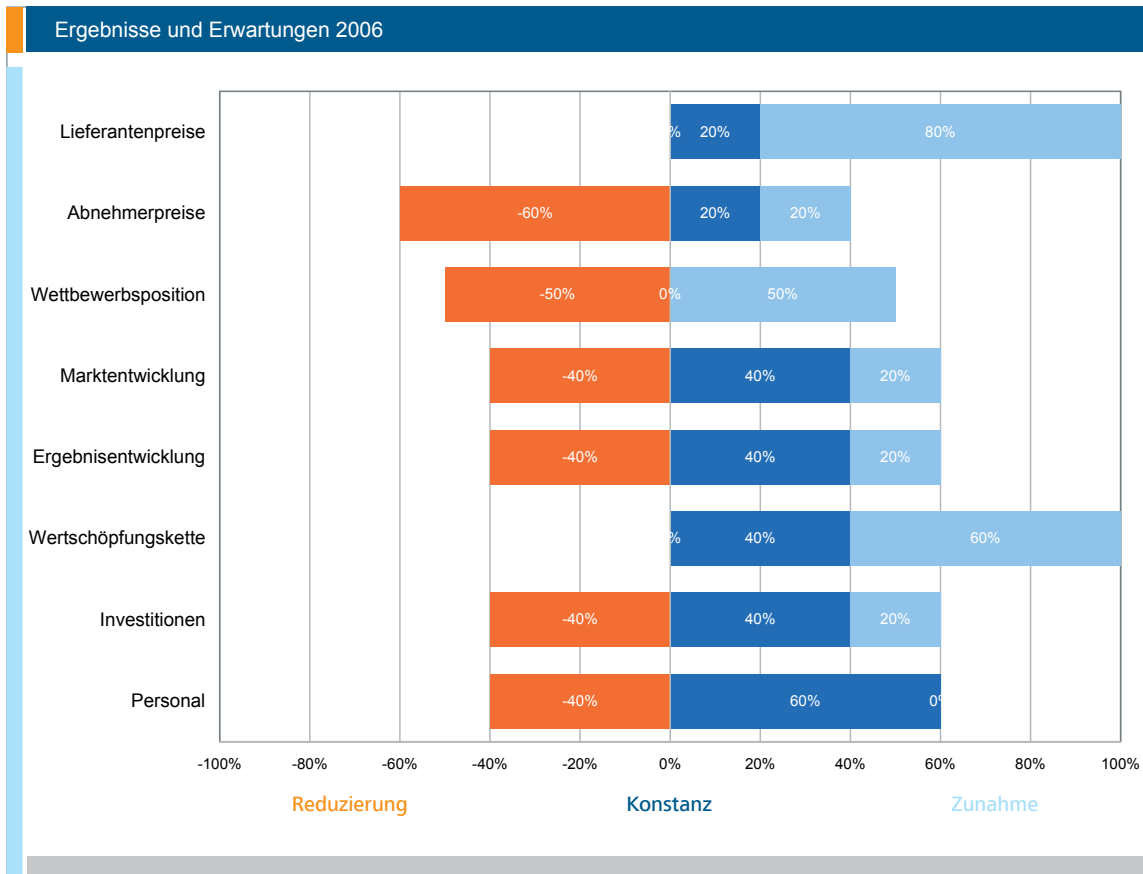
## 1.5 Zeitungsdruck(N = 14)



- Beschreibung der Ergebnisse
- Die Ankündigungen der Papierhersteller zeigen Wirkung. 80% der Zeitungsdrucker rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
  - 80% der Druckereimanager rechnen mit einer Weitergabe ihrer Kosten an die Verlage und rechnen mit steigenden Preisen.
  - 60% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessert, während 40% eine konstante Position erwarten. Eine Verschlechterung erwartet niemand.
  - Hinsichtlich der Marktentwicklung zeigt sich ein uneinheitliches Bild. Während 29% der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer Verbesserung rechnen, erwarteten ebenfalls 29% eine Verschlechterung.
  - 60% der befragten Unternehmen erwarten ein besseres Ergebnis.
  - 83% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette nicht verändern.
  - Nur 20% gaben an, im nächsten Jahr wieder investieren zu wollen.
  - Der Kostendruck auf die Zeitungsdruckereien nimmt zu. 40% der Zeitungsdrucker werden weiter Personal abbauen.

# 1. Druckindustrie

## 1.6 Formulardruck (N = 11)

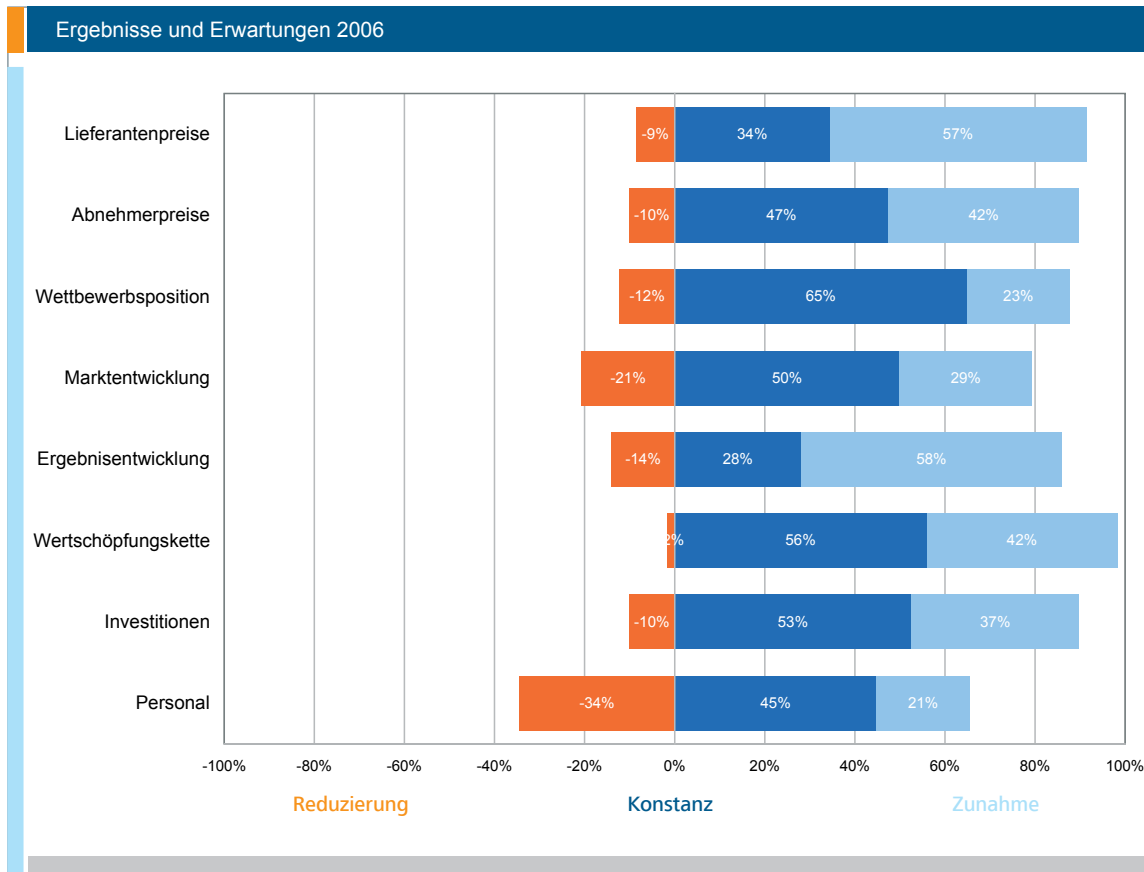


### Beschreibung der Ergebnisse

- 80 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 60% der Druckereimanager rechnen mit einem weiter sinkenden Preisniveau bei den eigenen Produkten und Leistungen, 20 % rechnen mit steigenden Preisen.
- 50% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verschlechtert, während 50% auf eine Verbesserung ihrer Position hoffen.
- Hinsichtlich der Marktentwicklung rechnen 40% der befragten Manager für das kommende Jahr mit einer weiteren Verschlechterung.
- 40% der befragten Unternehmen erwarten ein schlechteres Ergebnis.
- 60% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette als Reaktion auf die schlechte Marktentwicklung im Formulardrucker weiter ausbauen.
- Nur 20% der Befragten gaben an, im nächsten Jahr wieder investieren zu wollen.
- Der Personalabbau setzt sich weiter fort. 40% der Formulardrucker werden ihren Personalbestand weiter reduzieren, 60% lassen ihn unverändert.

## 2. Verlage

### 2.0 Verlage (N = 76)

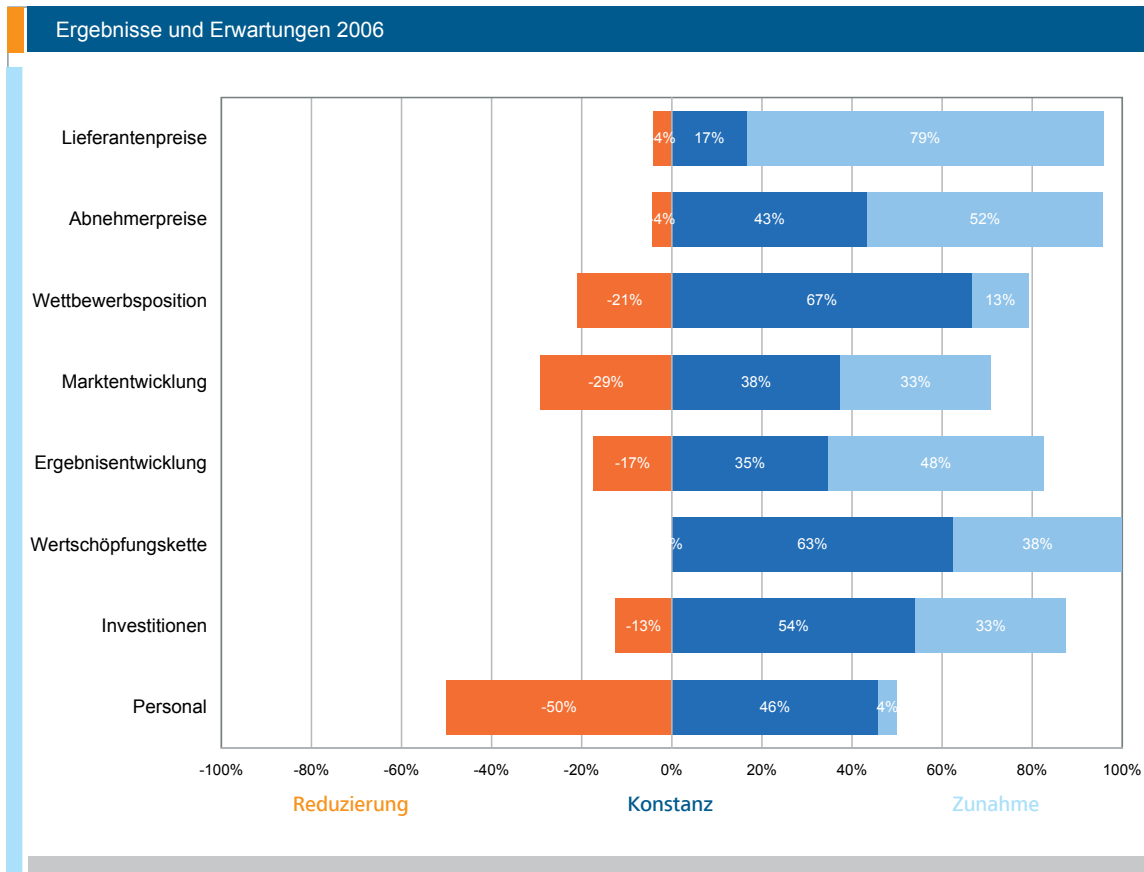


#### Beschreibung der Ergebnisse

- 57 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten. Im Vorjahr haben lediglich 34 % mit höheren Lieferantenpreisen gerechnet.
- 42% der Verlagsmanager rechnen mit steigenden Preisen bei ihren Produkten während dies im Vorjahr lediglich 23 % der Befragten erwarteten.
- 23% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessern wird. Diesen Optimismus teilten im Vorjahr nur 15% der befragten Verlagsmanager.
- Knapp jeder dritte Verlag (29%) erwartet 2006 ein Marktwachstum. Im Vorjahr waren dies lediglich 13 %. Der Anteil der Befragten, die für 2006 eine Verschlechterung erwarten ist mit 21% gegenüber dem Vorjahr unverändert.
- 58% der befragten Unternehmen erwarten für 2006 ein besseres Ergebnis, während dies im Vorjahr lediglich 40% prognostizierten.
- 42% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette ausbauen.
- 37% (Vorjahr: 45%) gaben an, im nächsten Jahr mehr investieren zu wollen.
- 34% der Verlage (Vorjahr: 30%) wollen weiter Personal abbauen. 21% wollen wieder einstellen.

## 2. Verlage

### 2.1 Zeitung (N = 23)

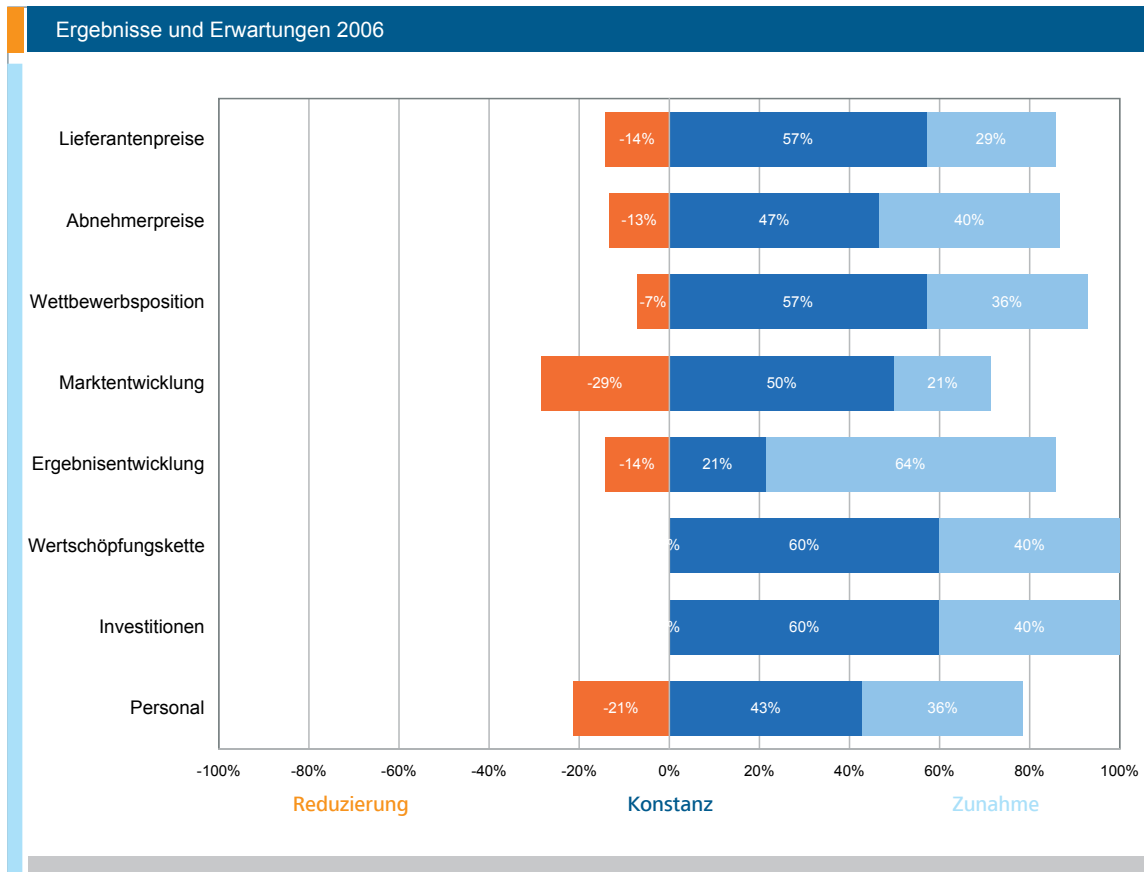


#### Beschreibung der Ergebnisse

- 79 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
- 52% der Verlagsmanager rechnen mit steigenden Preisen bei ihren Produkten.
- 13% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessern wird, während 67% von einer unveränderten Wettbewerbsposition ausgehen.
- 33% erwarten für 2006 ein Marktwachstum. Dem gegenüber prognostizieren 29% der befragten Zeitungsmanager einen Rückgang.
- 48% der Verlagsmanager erwarten für ihren Verlag eine Ergebnisverbesserung.
- 38% der Manager wollen ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette ausbauen.
- Nur 13% der Verlage wollen 2006 weniger investieren als im Vorjahr. 33% gaben an, im nächsten Jahr mehr investieren zu wollen.
- Jeder zweite Zeitungsverlag wird 2006 sein Personal weiter reduzieren. Lediglich 4% der Verlage werden Personal zusätzlich einstellen.

## 2. Verlage

### 2.2 Buch (N = 18)

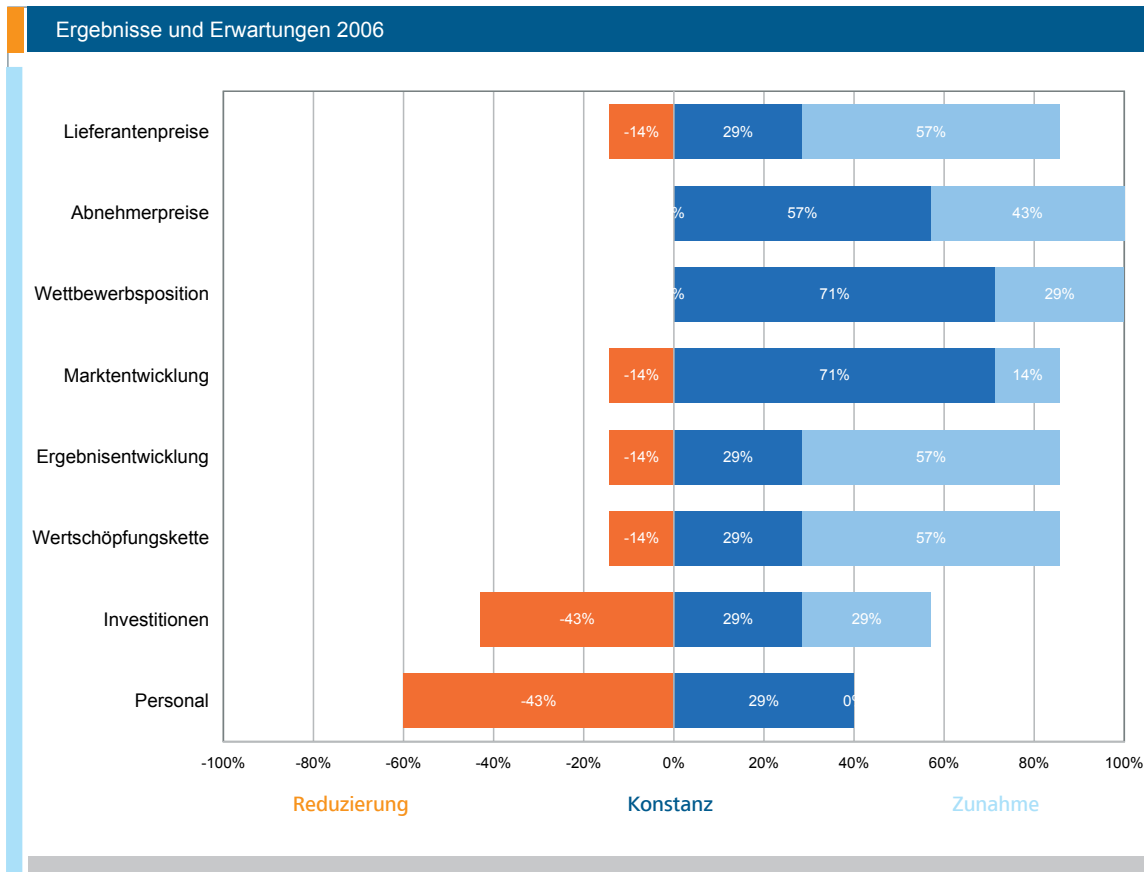


- Beschreibung der Ergebnisse
- Lediglich 29 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
  - 40% der Verlagsmanager rechnen mit steigenden Preisen bei ihren Produkten.
  - 36% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessern wird, während 57% von einer unveränderten Wettbewerbsposition ausgehen.
  - 21% erwarten für 2006 wieder ein Marktwachstum. Dem gegenüber prognostizieren 29% der befragten Buchmanager einen Rückgang.
  - 64% der Verlagsmanager erwarten für ihren Verlag eine Ergebnisverbesserung.
  - 40% der Manager werden 2006 ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen. Eine Reduzierung war für keinen der Befragten eine Option.
  - 40% der Verlage wollen 2006 mehr investieren als im Vorjahr.
  - 36 % der Buchverlage wollen wieder mehr Personal einstellen. Lediglich 21% planen einen Abbau.



## 2. Verlage

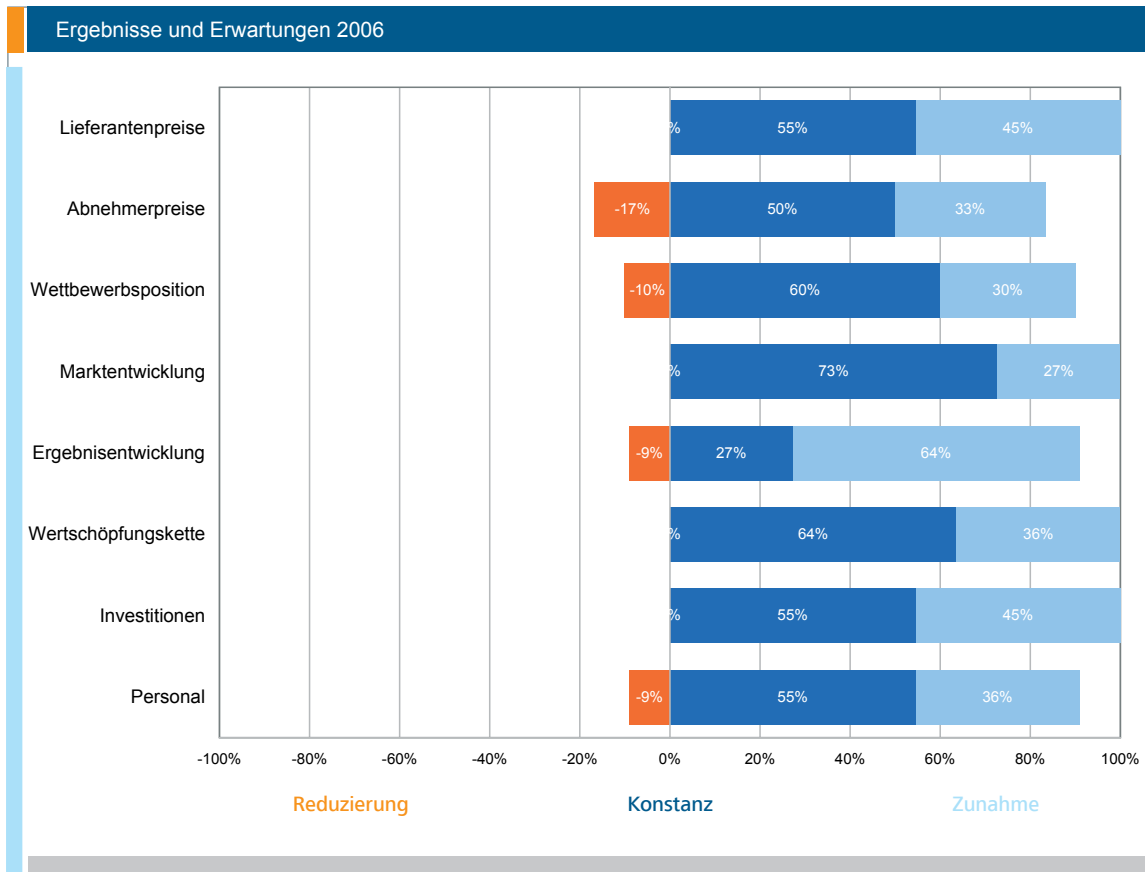
### 2.3 Fachzeitschriften (N = 17)



- Beschreibung der Ergebnisse
- 57 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten.
  - 43% der Verlagsmanager rechnen mit steigenden Preisen bei ihren Produkten.
  - 29% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessern wird, während alle anderen Befragten eine unveränderte Wettbewerbsposition erwarten.
  - 14% erwarten für 2006 wieder ein Marktwachstum. Dem gegenüber prognostizieren 71% der befragten Manager eine Stagnation.
  - 57% der Verlagsmanager erwarten für ihren Verlag eine Ergebnisverbesserung.
  - 57% der Manager werden 2006 ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen. Eine Reduzierung war für keinen der Befragten eine Option.
  - 43% der Fachverlage werden 2006 weniger investieren als im Vorjahr. 29% werden dagegen mehr investieren als im letzten Jahr.
  - 43 % der Fachverlage werden ihr Personal weiter reduzieren. Keiner der befragten Verlagsmanager erwartet beim Personal einen Zuwachs.

## 2. Verlage

### 2.4 Zeitschriften (N = 15)



#### Beschreibung der Ergebnisse

- 45 % der Befragten rechnen 2006 mit Preiserhöhungen ihrer Lieferanten. 55 % erwarten konstante Lieferantenpreise.
- 33% der Verlagsmanager rechnen mit steigenden Preisen bei ihren Produkten.
- 30% erwarten, dass sich ihre Wettbewerbsposition weiter verbessern wird, während lediglich 10% eine Verschlechterung ihrer Wettbewerbsposition erwarten.
- 27% erwarten für 2006 wieder ein Marktwachstum. Dem gegenüber prognostizieren 73% der befragten Manager eine unveränderte Marktsituation.
- 64% der Verlagsmanager erwarten für ihren Verlag eine Ergebnisverbesserung.
- 36% der Manager werden 2006 ihre Fertigungstiefe in der Wertschöpfungskette weiter ausbauen. Eine Reduzierung war für keinen der Befragten eine Option.
- 45% der Zeitschriftenverlage werden 2006 mehr investieren als im Vorjahr.
- Lediglich 9 % der Zeitschriftenverlage werden ihr Personal weiter reduzieren. 36% planen 2006 wieder mehr Personal einzustellen.

### 3. Geschäftsfelder von Apenberg+Partner

#### Unternehmensberatung

##### Partner für Veränderungen

Eine realistische und kompetente Lagebeurteilung Ihres Unternehmens und die Entwicklung und Umsetzung einer wirksamen Unternehmensstrategie kennzeichnen die Branchen- und Methodenkompetenz von Apenberg+Partner. Unsere Zusammenarbeit wird Ihr Unternehmen erfolgreicher machen. Erwarten Sie von uns jedoch keine „Patentlösungen“ sondern engagierte Berater, die aktiv und mit kreativen Ideen Ihre Veränderungsprozesse unterstützen. Vertrauen Sie auf Berater, die seit mehr als 18 Jahren Unternehmen der Medien und Druckindustrie erfolgreich begleiten.

##### Kompetenzfelder der Unternehmensberatung

- Strategieberatung
- Marketingberatung
- Vertriebskonzepte
- Optimierung von Geschäftsprozessen
- Einführung von Balanced Scorecard
- Krisen- und Sanierungsberatung
- Benchmarking

#### Personalberatung

##### Wir helfen Ihnen, die Besten unserer Branche für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Der Erfolg eines Unternehmens wird maßgeblich von den Menschen und ihren Ideen, ihrer Energie und ihrer Persönlichkeit bestimmt. Als eine der führenden Managementberatungen der Medien und Druckindustrie sehen wir es als unsere wichtigste Aufgabe an, die Besten unsere Branche für unsere Klienten zu gewinnen. Dabei greifen wir je nach Schwierigkeit der zu besetzenden Position auf die wirksamste Suchmethode zurück.

##### Kompetenzfelder der Personalberatung

- Suche und Auswahl von Führungskräften und Spezialisten mittels der Direktansprache
- Anzeigengestützte Suche
- Management-/Nachwuchs-Potentialanalyse
- Unternehmensnachfolge
- Suche und Auswahl von Aufsichtsräten und Beiräten
- Vergütungsberatung

## 3. Geschäftsfelder von Apenberg+Partner

### Medienprozesse

#### Effiziente und innovative Werbemittelproduktion in Marketingorganisationen

Mit der Methode der effizienten Medienprozesse (EMP-Methode<sup>®</sup>) hat Apenberg+Partner als branchenorientierte Unternehmensberatung ein Beratungsmodul entwickelt, um internationalen Marketingorganisationen aufzuzeigen, wie im Bereich der Herstellung von Kommunikationsmitteln Kosten gesenkt und Prozesse optimiert werden können.

Die digitale Herstellung, Speicherung und Distribution von Medienobjekten wie Bildern, Grafiken, Texten sowie Audio- und Videodateien ist in vielen Marketing- und Kommunikationsabteilungen noch nicht durchgehend realisiert. Wertvolle Zeit auf dem Weg zum Kunden (Speed to Market) und Kosteneinsparungen bei der Herstellung von Kommunikation von bis zu 50 Prozent bleiben ungenutzt.

#### Kompetenzfelder der Medienprozessberatung

- Herstellerneutrale Beratung bei der Suche und Auswahl von Media Asset Management Systemen
- Einkaufsberatung und Lieferanten Auditing (Grafische Industrie)

### Beteiligungsberatung

#### Wir finden einen geeigneten Unternehmer-Nachfolger.

Wir begleiten seit Jahren erfolgreich mittelständische Unternehmen der Medien und Druckindustrie. Wir kennen die Branche und die Branche kennt uns. Damit sind wir ideale Gesprächspartner für Nachfolgeregelungen, Unternehmens- und Beteiligungsverkäufen und helfen mit unserem Netzwerk bei Eigenkapitalverstärkungen, stillen Beteiligungen und Mezzanine-Finanzierungen.

#### Kompetenzfelder der Beteiligungsberatungsberatung

- Beschaffung von Beteiligungskapital
- Beteiligungsvermittlung
- Firmenkauf und strategische Neuorientierung
- Kooperation und Joint Venture
- Management Buy-in/-out
- Unternehmensnachfolge
- Unternehmensbewertung

### 3. Geschäftsfelder von Apenberg+Partner

---

#### Marktforschung

#### **Wissen für richtige Entscheidungen.**

Marktforschung ist ein unverzichtbares Instrument, um Entscheidungen auf Basis von gesicherten Informationen zu treffen. Gewinnen Sie mit uns wertvolle Informationen über Ihre Märkte, Kunden und Mitarbeiter. Marktforschung liefert Ihrem Unternehmen Wissen für richtige Entscheidungen. Wir bieten Branchenkompetenz und eine umsetzungsorientierte Präsentation der Ergebnisse.

#### **Kompetenzfelder der Marktforschung**

- Analyse der Kundenzufriedenheit
- Neukundenbefragungen
- Marktpotentialanalysen
- Konkurrenz- und Wettbewerbsanalyse
- Preis- und Konzepttest
- Ihr Unternehmen im Spiegel

Das Bild Ihres Unternehmens hat großen Einfluss auf Ihren Vertriebs Erfolg. Erfahren Sie, wie Sie in der Außenwirkung wahrgenommen werden und gewinnen Sie Anhaltspunkte für Optimierungspotentiale.

- Mitarbeiterbefragungen (Analyse der Mitarbeiterzufriedenheit)
- Vertriebsanalysen (Vertriebsprozessanalyse)
- Benchmarking

[www.apenberg.de](http://www.apenberg.de)

Ulmenstraße 21  
22299 Hamburg  
Telefon (040) 450 121-0  
Telefax (040) 450 121-20