

## Glaubwürdiger als Werbung...

Dr. Sonja Klug produzierte über 165 Unternehmensbücher



Dr. Sonja Klug

Sie ist eine Pionierin des Corporate Publishing. In Deutschland hat sie den Markt mit aufgebaut. Über 165 Bücher hat Dr. Sonja Klug konzipiert, (mit-)verfasst, lektoriert, produziert und vermarktet. Die „Buchagentur Netzwerk“ ist einmalig positioniert, und der Markt wächst beständig. 400 Mio. Euro geben Unternehmen jährlich für Corporate Books aus...

Am Anfang stand ein Studium der Allgemeinen und Vergleichenden Sprachwissenschaft, Psychologie und Politik an der Universität Bonn mit anschließender Promotion. Darauf folgten erste Jobs als Marketingassistentin bei einem Logistikunternehmen und als Seminarleiterin in der Erwachsenenbildung. 1991 machte sich Dr. Sonja Klug selbständig. Sie arbeitet als freie Journalistin für das Handelsblatt und als freie Lektorin und Gutachterin für renommierte Wirtschafts- und Sachbuchverlage wie GABAL, Bauer, Campus, Heyne und Rentrop.

Regelmäßige Rettungsversuche „missglückter“ Manuskripte von Selbstständigen – deren Kernkompetenz nun mal nicht das Schreiben ist – führten Dr. Klug zu der Erkenntnis, dass ein Lektorat als Unterstützung bei der Umsetzung von Buchprojekten bei weitem nicht ausreicht. Es kommt „zu spät“. Ihr Fazit damals: Insbesondere Unternehmen, die Corporate Books als hochwertige Marketing- und PR-Instrumente einsetzen wollen, brauchen einen besseren und umfassenderen Service.

**Dreifache Konzentration... Medium: Buch, Themenfeld: Wirtschaft, Zielgruppe: Unternehmen.**

„Ich bin von Anfang an nach EKS vorgegangen,“ sagt Dr. Klug heute, „denn die EKS hat mich seinerzeit ermutigt, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. Ich war auch von Anfang an auf Bücher für Unternehmen spezialisiert, weil ich erkannte, dass Unternehmen andere und speziellere Dienstleistungen brauchen als Berufsschriftsteller oder Hobbyautoren.“

Buch-Dienstleistungen für Unternehmen waren eine bisher nicht besetzte Marktnische, die Dr. Klug mit ihrem speziellen Serviceangebot schließen konnte. Die Publikation von Unternehmensbüchern, heute als Corporate Publishing bekannt, war damals noch kein Thema. Seit 1996 konzentrierte sich Dr. Klug ausschließlich auf die Beratung, Planung und Realisierung solcher „Corporate Books“ im Auftrag von Unternehmen.

Die Konzentration war klar und implizierte eine dreifache Spezialisierung: auf das Me-

dium Buch, auf das Themenfeld Wirtschaft und auf die Zielgruppe Unternehmen. Entsprechend der EKS hat sich Dr. Klug nach und nach immer mehr in die Probleme der Unternehmen, die Bücher publizieren wollen, „hineingebohrt“ – und ebenso in die Zielgruppe „Buchverlage“, an die sie die Bücher vermittelt.

Dann folgte einer der größten Engpässe: Wie konnten geeignete Kooperationspartner gefunden werden? „Wenn die ganze Welt auf Konkurrenz ‘gebürstet’ ist“, so Dr. Klug, „weil das eben immer noch so üblich ist in der Geschäftswelt, man selbst aber ‘kooperativ’ denkt, dann ist es nicht einfach. Viele angebliche Kooperationspartner wollten nur Know-how kostenlos abstauben oder mich auf andere Weise ausnutzen.“

Doch am Ende hat sie dann doch ihre Partnerinnen gefunden und gründete 2005 gemeinsam mit Gabriele Becker und Ulrike Theilig die „Buchagentur Netzwerk“ als Dachmarke für alle Serviceleistungen ▶

### In dieser Ausgabe

FALLSTUDIE  
Pionierin für Unternehmerbücher Seite 1

INSTRUMENTE  
TeleSeminare als Marketing-Tool Seite 4

### IMPRESSUM

Herausgeber: StrategieForum e.V.  
Netzwerk für Erfolg und Wachstum  
Heidelberger Str. 12 - 68549 Ilvesheim  
Tel (0621) 48 42 873 - Fax 48 42 874  
Redaktion: Thomas Rupp  
redaktion@strategie.net

Der StrategieReport erscheint exklusiv für die Mitglieder des StrategieForum e.V.



Über 165 Bücher wurden von Dr. Sonja Klug und ihrer Agentur professionell betreut.

rund um die Entwicklung und Vermarktung von Büchern im Auftrag von Unternehmen.

Heute bietet Dr. Klugs Buchagentur das komplette Projekt- und Publikationsmanagement für Unternehmensbücher. „Der Kunde bringt die Idee für das Buch mit – alles Übrige machen wir“, führt sie aus. „Wir entwickeln ein inhaltliches und vermarktungsfähiges Konzept für das Buch, vermitteln es an einen anerkannten Verlag und erarbeiten das vollständige Manuskript einschließlich Themenrecherche, Autorensuche, Ghostwriting, Lektorat und Bildredaktion.“

**Immer mehr Unternehmen schichten Teile ihrer Werbe-Etats in Corporate-Publishing-Projekte um.**

Und dann, nach Veröffentlichung des Buches übernehmen wir die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Buch sowie Autor bzw. Unternehmen und entwickeln, falls gewünscht, ergänzende Produkte, die der Vermarktung des Buches dienen, z.B. Websites, Buchvideos, Hörbücher usw.“

Diese Positionierung unterscheidet sich klar vom Wettbewerb und gibt der Agentur das entscheidende Alleinstellungsmerkmal. Dr. Klug: „Viele Mitbewerber sind verzettelt. Sie machen alle möglichen Texte – also Werbe- und Presstexte, Websites, Bücher, Gebrauchsanweisungen etc. und bedienen heterogene Zielgruppen wie Promis, Politiker, Privatleute, Unternehmen etc.“

Andere bieten nur Teilleistungen im Rahmen von Buchprojekten an, sehr häufig z.B. das Lektorat, also die Überarbeitung

eines bereits fertig geschriebenen Buchtextes. In diesen Fällen muss der Kunde das meiste selbst machen und steht vor vielen ungelösten Problemen, für die er als Laie der Buch- und Verlagsbranche keine Lösungswege kennt. Denn das Buchgeschäft hat seine eigenen Regeln, und ohne Kontakte geht gar nichts.

Dr. Klug hat sich über die Jahre ein dichtes Netzwerk in der Verlagsbranche aufgebaut. Sie arbeitet praktisch mit allen Verlagen zusammen, die überhaupt Bücher mit wirtschaftlichen Themen verlegen. „Ich habe also meine EKS-Orientierung – spitz statt breit, in die Tiefe der Zusammenhänge anstatt in die Breite zu verzetteln – immer beibehalten und werde es auch weiterhin tun. Für mich sind die Vorteile klar“, sagt Dr. Klug.

Und das Geschäft wird sicherlich auch weiterhin boomen, denn der Markt der Unternehmensbücher hat sich in den letzten 10 Jahren stark gewandelt und ist erst jetzt zu einem erkennbaren Markt herangewachsen. Das heißt, es haben sich eigene Fachverbände herausgebildet, sogar eigene Ausbildungswege. Eine statistisch repräsentative Untersuchung des FCP (Forum Corporate Publishing) zeigt, dass Unternehmen allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz jährlich mittlerweile 2,2 Milliarden Euro in Corporate Publishing-Magazine investieren – und zusätzlich noch einmal ca. 400 Millionen Euro in Corporate Books.

„Das liegt daran, dass Corporate Publishing-Medien 'redaktionell' – also journalistisch – gestaltet und damit glaubwürdiger sind als 'Werbung'“, führt Dr. Klug aus. „Die Wirkungskraft von Werbung hat stark nachgelassen, was dazu geführt hat, dass Kommunikationsetats umgeschichtet wer-

den und Unternehmen weitaus mehr in Magazine und Bücher investieren als früher.“ Außerdem wirken Bücher langfristig und bleiben im Unterschied zu allen anderen Werbe- und Kommunikationsinstrumenten – z.B. Broschüren, Katalogen, Websites – drei bis vier Jahre auf dem Markt.

Unternehmen setzen eigene Bücher für vielfältige Kommunikationsziele ein: Corporate Books unterstützen z.B. langfristig die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, verstärken geplante Kommunikationskampagnen, dienen der Imagepflege, erhöhen den Bekanntheitsgrad des Unternehmens, stärken die Markenidentität, dienen der Kundenbindung bei Premium- und Luxusprodukten, dokumentieren die Firmengeschichte, unterstreichen den Expertenstatus für ein Thema oder unterstützen die Gewinnung neuer Kunden.



Ein starkes Verkaufsargument: Die Bücher erscheinen in renommierten Verlagen.

Redaktionell wertvolle Medien wie Magazine und Bücher kommen einfach bei Interessenten, Klienten usw. viel besser an als Werbung im herkömmlichen Stil. Corporate Publishing, auch Corporate Books, ist ein Wachstumsmarkt. Wichtig dabei ist jedoch, dass diese den Lesern auch einen tatsächlichen Nutzen bieten.

Der zwingende Nutzen von Dr. Klugs Service: Der Kunde erreicht sein Ziel – ein Buch auf den Markt zu bringen, das seine Unternehmenskommunikation unterstützt – mit einem Minimum an Zeitaufwand. Er braucht sich nicht mit Detailfragen des Publizierens, der Verlagssuche, der Manuskripterstellung, der Vermarktung usw. zu befassen. Er braucht kein Insider-Wissen oder Spezial-Know-how der Buch- und Verlagsbranche zu erwerben. Er erhält ein professionelles Resultat: ein qualitativ hochwertiges Buch, das Leser überzeugt.

„Wir können geplante Unternehmensbücher so konzeptionieren und inhaltlich gestalten, dass sie von renommierten Verlagen angenommen werden. Damit passieren sie erfolgreich das ‘Nadelöhr Verlagsfindung’, das für viele Buchprojekte einer der größten Engpässe ist“, erläutert Dr. Klug.

Ein konstanter Wachstumsengpass der Buchagentur ist der Mangel an geeigneten Fachkräften. „Es ist ein Elend auf dem

Arbeitsmarkt! Er quillt über von austauschbaren Kräften, die wenig bis nichts können und kaum motiviert sind“, klagt Dr. Klug. „Über den regulären ‘Markt’ sind keine fähigen Kräfte zu bekommen. Man muss bei Kollegen herumfragen, Zeitungsfirmen kontaktieren usw. Hier bin ich noch im ‘Lernbereich’, denn die Lage ist unbefriedigend. Ich könnte weitaus mehr Aufträge annehmen, wenn ich mehr kompetente, verlässliche freie und auch festangestellte Mitarbeiter mit Bucherfahrung hätte.“

**Durch die Full-Service Leistungen erhält der Kunde sein eigenes Buch bei minimalem Zeitaufwand.**

Seit 20 Jahren betreut Dr. Klugs Agentur Buchprojekte im Auftrag von Unternehmen. Mehr als 165 Buchprojekte wurden bereits erfolgreich realisiert, darunter viele Bestseller und Longseller. Und damit noch viele weitere Projekte hinzukommen, bleibt Dr. Klug kontinuierlich ‘am Ball’: „Ich verfolge die Entwicklung und kann – nach 20 Jahren Selbständigkeit – auch sagen, dass ich diesen Markt zu einem guten Teil mitgestaltet habe und weiter mitgestalte.“



Auf ihrer Website [www.buchbetreuung-klug.com](http://www.buchbetreuung-klug.com) erfahren Sie mehr über Dr. Klugs Dienstleistungen.

wenig Aufmerksamkeit und verfügen daher i.d.R. auch nicht über die wichtigen Verlagskontakte.

Hier hat Dr. Klug ihr Know-how zur Spitzenleistung ausgebaut, und dies will sie jetzt weitergeben: „Ich kann hier ein kleines Geheimnis verraten:“ so Dr. Klug. „Im Herbst diesen Jahres erscheint von mir ein neues Buch zum Thema ‘Unternehmensbücher in Marketing und PR’.“

Das Buch ist eine echte Innovation und hat ein klares Alleinstellungsmerkmal, denn es ist das erste Fachbuch zum Thema ‘Unternehmensbücher publizieren’ auf dem gesamten deutschen Buchmarkt. In diesem Buch wird zum ersten Mal das gesamte Know-how, das Unternehmen für die Publikation von eigenen Büchern benötigen, komprimiert und verständlich dargestellt, mit vielen Beispielen von Corporate Books aus allen Branchen, aus der Industrie wie auch aus dem Dienstleistungsbereich.“ – Man darf gespannt sein. ■

**Kontakt:**

Dr. Sonja Ulrike Klug  
The Expert in Publishing Books  
Gartenstraße 9 – 53604 Bad Honnef  
Tel (02224) 9 88 42 53  
[kontakt@buchbetreuung-klug.com](mailto:kontakt@buchbetreuung-klug.com)  
[www.buchbetreuung-klug.com](http://www.buchbetreuung-klug.com)  
[www.buchagentur-netzwerk.de](http://www.buchagentur-netzwerk.de)



Immer mehr Unternehmen setzen auf Corporate Publishing, denn die klassische Werbung hat an Glaubwürdigkeit verloren.

Im Wissen um die Entwicklung und Vermarktung von Unternehmensbüchern, hat sie einen klaren Know-how-Vorsprung vor den großen Agenturen aufgebaut. Für letztere scheinen Bücher eher ein wenig lukratives ‘Nebengeschäft’ neben den Unternehmensmagazinen zu sein. Diesem schenken sie – im Gegensatz zu Dr. Klug – nur