

Projektbüro Stephan Hupe, Kassel

Geschäftsbericht 2015-2016

1. Bildungskampagne mit einer Ratgeberreihe?

Eine Kampagne – wörtlich übersetzt: ein Feldzug – ist mit einer Ratgeberreihe eine etwas verwegene Idee. Mutig zu glauben, dass damit welches Ziel auch immer erreicht werden kann. Aber es ist ein soziologisches Axiom, dass soziale Benachteiligung und soziale Ausgrenzung in allererster Linie Folge eines Bildungsdefizites sind. Bildung ist ein weites Feld, im Zusammenhang mit den Chancen sozialer Integration ist der Begriff *Wissen* treffender. Es ist das Wissen, mit dem Menschen ihr Leben besser bewältigen und ihre Existenz sichern können. Es geht also um ganz profane Dinge, wie Einkommen erzielen, das Einkommen vor existenzgefährdenden Zugriffen zu schützen und das Auskommen damit zu optimieren. Da ist Wissensvermittlung das einzige, das überhaupt eine Chance hat, nachhaltig zu wirken.

Notschlafplätze, Tafeln und ähnliches mehr sind dagegen notwendige Nothilfen, also Hilfen zur Abwendung größter Not. Sie nehmen in unserer Gesellschaft immer breiteren Raum, weil die Vermittlung von Alltagskompetenzen offenbar immer schlechter funktioniert. Den Schulen wird seit Jahren zu Recht vorgeworfen, diesen Aspekt sträflich zu vernachlässigen. Sie verweisen auf die Eltern, die aber nicht selten selbst damit überfordert sind. Die Wohlfahrtsverbände bieten soziale Beratung an. Darin steckt sicher auch Wissensvermittlung, aber konzeptionell ist Beratung im Kern nicht so angelegt und in der Praxis ist es oft genug ein *Wir-machen-das-für-Dich – Du-kannst-es-ja-ohnehin-nicht*. Und im Übrigen konzentrieren sie sich darauf, ihre spärlichen sozialen Taten zu rühmen und ihre eigenen Institutionen zu sichern.

Dabei müsste die Vermittlung von Wissensbausteinen zum eigenständigen Leben wie ein gigantischer Werbefeldzug angelegt sein. Eine Lust am Lernen vermittelnde Kampagne, die über alle denkbaren Medien in vielfältigen Formen alle Sinne anspricht, massiv und dauerhaft – jedenfalls wenn soziale Integration wirklich gewollt ist. Kampagnen in etwa der Größenordnung, die es tatsächlich gibt, zielen aber nur auf Absatzsteigerung mittels Volksverblödung.

Wir, die wir uns mit dieser Ratgeberreihe bemühen, elementares Alltagswissen zu vermitteln bzw. zahlreiche Beratungsstellen und Institutionen darin unterstützen, dies zu tun, möchten alle ermutigen, die gleiches auf andere Weise tun, nicht nachzulassen. Auf unserer Seite sind „nur“ volkswirtschaftliche und soziale Interessen, jedenfalls keine betriebswirtschaftlichen. Der Profit, an dem wir interessiert bleiben, ist ein gesellschaftlicher.

2. Neuauflagen im Berichtszeitraum 2015-2016

Erschienen im	Titel	Auflage
Juni 2015	PfändungsSchutz & AbtretungsSchutz	8.
Nov 2015	Clever Energie Sparen mit wenig Kohle	3.
Nov 2015	SGB II (Hartz IV)-Ratgeber 2016	4.
Jan 2016	Unterhalt prüfen & Unterhalt anpassen	4.
Jan 2017	SGB II (Hartz IV)-Ratgeber 2017	5.

3. Zwei neue Autorinnen und ein neuer Autor

Martin Pfeffermann, Autorin des Ratgebers *Clever Energie sparen mit wenig Kohle* hatte schon frühzeitig signalisiert, dass sie aufgrund neuer beruflicher Schwerpunkte den Staffelstab der weiteren Bearbeitung des Ratgebers abgeben möchte. In 2015 konnten gleich zwei Nachfolger gefunden werden, die auch bereit waren als Team zu arbeiten: Der Architekt und Energieberater Manfred Balz-Fiedler und die Diplom Sozialarbeiterin Bettina Hoenen. Eine ideale Kombination für einen Ratgeber, der sich mit dem Thema Energiesparen im Kern an Menschen mit geringem Einkommen und natürlich auch mit Transferleistungen richtet. Die Aufgabenverteilung fiel insofern leicht. Manfred Balz-Fiedler übernahm die energietechnische Seite und Bettina Hoenen kümmerte sich um den sozialen Aspekt (Kapitel: Was tun bei Energieliefersperre?). Die unterschiedliche Professionalität der neuen Autoren ist eine optimale Ausgangslage zur Weiterführung des Ratgebers.



Bettina Hoenen



Manfred Balz-Fiedler



Gretel Diehl

Auch beim Unterhaltsratgeber gab es einen Wechsel. Der Rechtsanwalt Bernd Jaquemoth hat sich aus persönlichen Gründen aus der Autorenschaft zurückgezogen. Als Nachfolgerin konnte sein Co-Autor Senior Professor Dr. Dieter Zimmermann mit Gretel Diehl eine anerkannte Expertin des Unterhaltsrechts gewinnen. Gretel Diehl ist Vorsitzende Richterin am OLG Frankfurt am Main und engagiert sich zudem im Deutsche Institut für Jugendhilfe und Familienrecht (DIJuF). Vielen Mitarbeiter[inne]n von Jugendämtern und Wohlfahrtsverbänden dürfte sie aus ihren zahlreichen Fortbildungen zum Unterhaltsrecht bekannt sein. Schon das „alte“ Team Jaquemoth / Zimmermann war ein Garant für die Qualität des Ratgebers, das neue Team stellt gewissermaßen die Qualitätssicherung für die Zukunft dar.

4. Mitarbeiterin für Auftragsbearbeitung und Versand

Mit einer Beschäftigungszeit von inzwischen zweieinhalb Jahren ist Frau Michaela Wolf die beständigste Mitarbeiterin – zum Glück, denn Beständigkeit bedeutet einen Gewinn für das Büro. Ihr obliegt die Auftragsbearbeitung von der Erfassung der Bestellungen bis Versand der Büchersendungen und Pakete. Ihr Telefonstimme ist inzwischen vielen Besteller[inne]n bekannt, denn sie klärt alle möglichen Rückfragen schnell und zuverlässig am Telefon.



Neben der Übertragung der Bestelldaten in die Rechnungen steuert sie auch das Zusammenspiel mit unserem Versender, über dessen Großabnahmevertrag unsere Lieferung zu günstigsten Konditionen an den Paketdienst übergeben werden. Das Verpacken von kleinen und großen Sendungen ist allerdings ihre Sache. Sie erledigt dies nach der Büroarbeit am professionellen Paktisch im eigenen Versandlager.

Dass sie und ihre Arbeit für unseren Verlag von besonderem Wert sind, ist Anlass genug ihre Aufgabe in diesem Bericht zu beleuchten.

5. Newsletter, Werbemedien

Der vierseitige Newsletter mit dem obligatorischen Faxbestellformular war vor allem wegen der



erheblichen Portokosten immer wieder Gegenstand von Sparplänen... und ist bis heute und bis auf weiteres nach wie vor das wirkungsvollste Werbemedium und damit unverzichtbar. Es ist eben ein klassisches oder gerne auch altmodisches Printmedium, das aber aufgrund seiner Optik und Haptik gegenüber elektronischer Werbung offenbar unschlagbar ist: Man kann es in den Händen halten und in Ruhe darin lesen und es enthält trotz Online-Bestellung immer noch ein Faxbestellformular, dessen Layout seit Jahren gleich und wohl auch kaum mehr erheblich zu verbessern ist.

Um die Portokosten zu begrenzen, wird der Newsletter übrigens nur an Kunden versandt, die in den letzten 3 Jahren Ratgeber bestellt haben.

Damit kommen wir auf 500 – 600 Sendungen (gegenüber ca. 1.500 Sendungen an alle vorliegenden Adressen). Neben der Einsparung hat diese Beschränkung auch den Sinn möglichst nur gültige Adressen zu nutzen, denn je älter die Adressen sind, desto höher ist auch die Fehlerquote.

Ergänzend zum Newsletter in Papierform werden auch zunehmend eMailings eingesetzt. Die Wirkung ist zwar geringer, der Aufwand allerdings auch, so dass gerade bei Neuauflagen nicht darauf verzichtet werden kann. In 2016 wurden eMailings speziell zur Erschließung der Jugendämter als neue Zielgruppe insbesondere für den Unterhaltsratgeber eingesetzt. Es zeigt sich, dass die Erweiterung der Adressaten jedenfalls langen Atem erfordert. Um die Akzeptanz der eMailings nicht zu gefährden, werden sie maximal im Monatsrhythmus eingesetzt.

Anzeigen in Fachzeitschriften stehen in aller Regel in keinem akzeptablen Kosten-/Nutzenverhältnis. Aus Tradition und weil bislang günstige Konditionen galten, soll jedoch die Anzeige im BAG-info mit seiner spezifischen Zielgruppenausrichtung nach Möglichkeit weiter geschaltet werden.



Die aktuelle Anzeige (→ oben) ist das Ergebnis einer längeren Entwicklung. Die Abbildung aller Titel, die sich in unregelmäßige Lage leicht überdecken, zeigt sehr gut, dass es sich um eine Ratgeberreihe handelt. Der Slogan betont, dass soziale Integration im Kern eine Bildungsfrage ist.

6. Website: Online-Bestellung überholt Faxformular

Die Website ist die ständige und unverzichtbare Präsenz im Internet und inzwischen auch das Bestellmedium, das das Fax zwar noch nicht abgelöst, aber doch in der Nutzungsfrequenz deutlich überholt hat.

Neben den Information über die Ratgeber und der Online-Bestellung sind zwei weitere Inhalte bemerkenswert, nämlich verschiedene Berechnungsbögen als Ergänzung zu den Ratgebern und eine Liste der Schuldnerberatungsstellen, die inzwischen 367 Beratungsstellen enthält, die Websites von 143 Beratungsstellen davon können mit einem Klick per Link erreicht werden. Rat Suchende erfahren sofort wichtige Details wie z.B. genaue Adresse, die Sprechzeiten u.a.m. Sicher gibt es ähnliche Listen häufiger im Internet. Für die Leser/innen der Ratgeberreihe, die auf jedem

Heft in großen Lettern die Websiteadresse finden, ist es ein besonderer Service: Sie sollen dort direkt und schnell die Beratungsstelle für ihrem Wohnort finden können.

Als nächster Entwicklungsschritt ist die Einführung eines Logins geplant. Damit ersparen sich die Kunden nicht nur ihre Adressdaten bei jeder Bestellung erneut einzugeben, sie werden mit dieser neuen Funktion auch ihre Daten für die Liste der Schuldnerberatungsstellen jederzeit selbst aktualisieren können.

7. Partnerschaften

Partnerschaften des Projektbüros dienen grundsätzlich dazu, die Breitenwirkung der Ratgeberreihe zu verbessern. Insofern kommen Institutionen in Frage, die sich im weitesten Sinne mit den gleichen sozial integrativen Beratungsthemen befassen. Das Projektbüro unterhält eine Partnerschaft mit dem DGB (Bundesvorstand) sowie eine mit InFobis – Diakonisches Institut für Information, Fortbildung und Supervision – beide mit Sitz in Berlin.

Bei der Partnerschaft mit InFobis handelt es sich um eine Werbepartnerschaft mit klaren gegenseitigen Interessen. InFobis engagiert sich vor allem mit dem Autor Wolfgang Schrankenmüller in der Fortbildung für Schuldnerberatung und nutzt den InsO-Ratgeber als obligates Seminarmaterial. Vor diesem Hintergrund wurde vereinbart, dass die Partner auf die Angebote des jeweils anderen auf verschiedene Weise (Website, eMailings) hinweisen.

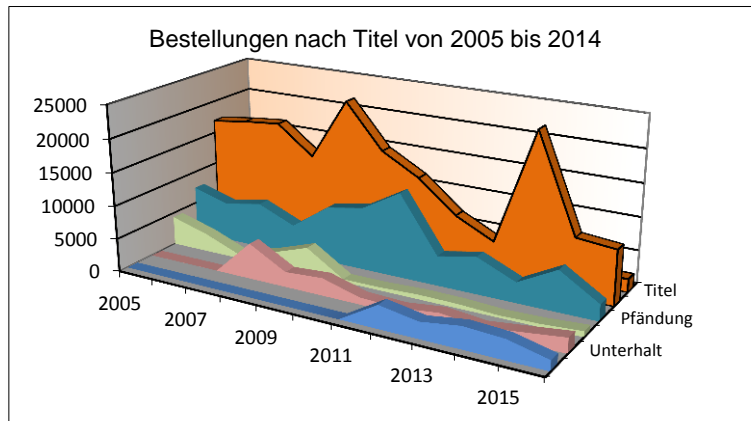
8. Entwicklung der Bestellungen und des Umsatzes

Der Umsatz ist seit Jahren rückläufig. Nur die Neuauflagen der InsO-Broschüre in 2009 (38.000 Stück) und 2014 (30.970 Stück) haben jeweils erhebliche Steigerungen gebracht. Broschüren die alle 2 Jahre erscheinen (Pfändung und Unterhalt) haben im Erscheinungsjahr ebenfalls einen leicht erhöhten Umsatz. Die kleineren Auflagen 2011 – insbesondere der Energie-Ratgeber – verzeichnen zum Teil einen leichten Anstieg.

Bestellmenge nach Ratgebertitel in den letzten 7 Jahren

Titel	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
InsO	16.584	13.449	8.785	5.980	23.346	8.906	8.348
Pfändung	9.510	12.806	4.490	5.604	3.082	6.184	2.501
Energie	453	480	704	655	355	492	875
Unterhalt	2.655	1.062	848	1.526	897	1.563	2.262
SGB II-Ratgeber*	-	-	3.472	2.474	3.290	2.948	1.543
Gesamt	29.202	27.797	18.299	16.239	30.970	20.093	15.529

** bei diesem jährlich erscheinenden Ratgeber erklären sich die Schwankungen auch dadurch, dass der Rategeber jeweils zum Jahresende erscheint und ein größeres Bestellvolumen mal in den Dezember und mal in den Januar fällt*



Entwicklung der Bestellmengen pro Bestellung und des Umsatzes pro Rechnung

Diese Entwicklung zeigt nochmal ein wichtiges Detail des Umsatzrückgangs: Die Bestellmengen werden von Jahr zu Jahr kleiner. Großbesteller werden jedoch nicht zurückhaltender, sie werden aber weniger und die Neukunden sind nur selten für die Grundidee der Informationsoffensive zu gewinnen, die eine breite Streuung der Informationen vorsieht.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Bestellungen	275	309	318	355	400	358	296
Bestellmenge insgesamt	29.202	27.797	18.299	16.239	30.970	20.093	17.545
Menge/Bestellung	106	90	58	46	77	56	49
Netto-Umsatz insgesamt in €	29.339 €	28.729 €	21.438 €	20.526 €	36.910 €	27.066 €	23.986 €
Netto-Umsatz/Rechnung in €	107 €	93 €	67 €	58 €	92 €	76 €	81 €

Bestellmenge und Erlös pro Stück in 2015 und 2016

In welchem Umfang die günstigeren Staffelpreise oder die „Paket-Aktion“ anlässlich von Neuauflagen genutzt werden, lässt sich daran erkennen, welcher Erlös tatsächlich für die einzelne Broschüre (Einzelpreis 4 €, günstigster Staffelpreis 0,90 €) erzielt wird. Bei den in der Tabelle (→ unten) angegebenen „Roherlösen“ handelt es sich um die Nettoerlöse, also um die Erlöse nach Abzug der Mehrwertsteuer. Zu erkennen ist daran natürlich auch, welche Broschüren eher in größeren und welche in kleineren Mengen bestellt werden.

Titel	2015			2016		
	Bestellmenge	Roherlös	Erlös/Stück	Bestellmenge	Roherlös	Erlös/Stück
InsO	8.906	9.767,19 €	1,10 €	8.348	9272,43	1,11 €
Pfändung	6.184	7.742,03 €	1,25 €	2.501	3295,68	1,32 €
Energie	492	1.073,84 €	2,18 €	875	1808,43	2,07 €
Unterhalt	1.563	1.864,04 €	1,19 €	2.262	5032,65	2,22 €
SGB II-Ratgeber	2.948	5.184,80 €	1,76 €	1.543	3377,21	2,19 €
	20.093			15.529		

Neukundengewinn und Entwicklung der Bestellungen

Auch der Neukundengewinn zeigt nach guten Werten in 2013 und 2014 eine rückläufige Tendenz. Für den Fortbestand der Ratgeberreihe ist der Gewinn neuer Kunden unerlässlich, zumal zeitgleich alte Kunden, deren Zahl sich leider kaum ermitteln lässt, verloren gehen.

Jahr	Anzahl Neukunden	Bestellungen ggü. Vorjahr
2010	71	29
2011	102	34
2012	78	9
2013	116	37
2014	103	45
2015	87	-42
2016	77	-62*

* In 2016 erklärt sich der Rückgang der Bestellungen gegenüber dem Vorjahr im Übrigen auch dadurch, dass im Dezember 28 Bestellungen für den SGB II-Ratgeber eingingen, die erst im Januar 2017 bearbeitet und damit auch erst in 2017 gezählt werden konnten.

9. Analyse der Umsatzentwicklung, Konsequenzen

Der Rückgang des Bestellvolumens sowohl die Anzahl der Bestellungen als auch die Stückzahl pro Bestellung setzt über einen längeren Zeitraum fort und ist mit vermehrter Werbung (eMailings) oder Absatzhilfen (wie die „Paket-Aktion“) nur geringfügig zu bremsen.

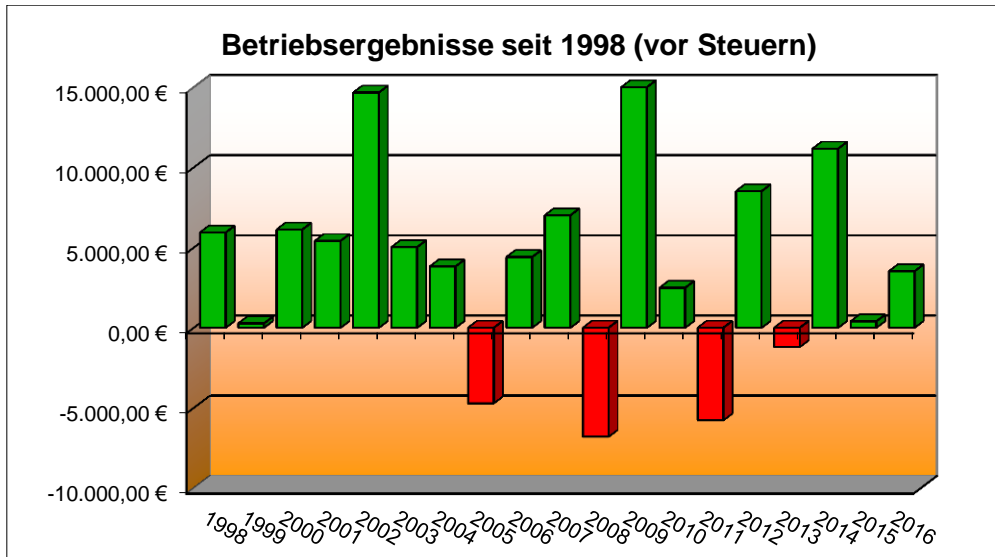
So lange parallel zum Umsatzrückgang auch die Kosten gesenkt werden können, wird sich der Verlag fortführen lassen. Die Preisstaffelung führt auch dazu, dass kleinere Bestellungen relativ höhere Erlöse erzielen. Allerdings erhöht sich dafür auch der Bearbeitungsaufwand.

10. Betriebsergebnis

Das Jahr 2014 konnte wegen der stark nachgefragte Neuauflage des InsO-Ratgebers mit einem Gewinn von 11.160 € abgeschlossen werden. Diese Marke wird infolge der insgesamt rückläufigen Entwicklung kaum wieder erreicht werden. 2015 ist der Gewinn auf 400 € gefallen und damit gerade noch positiv. Die starken Schwankungen, die es auch schon in der Vergangenheit gab, sind vor allem durch die Kostenseite zu klären: In manchen Jahren sind mehr Neuauflagen zu finanzieren, deren Erlöse mitunter erst in den Folgejahren erzielt werden, so dass man mindestens einen 2-Jahreszeitraum betrachten muss. In 2015 waren es 3 Neuauflagen, davon eine mit einer Auflage von 10.000 Stück. In 2016 waren es nur 2 kleinere Neuauflagen.

Betriebsergebnisse (vor Steuern) der letzten 5 Jahre im Vergleich

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Einnahmen	29.303,31	36.702,85	25.374,48	41.167,80	29.214,41	26.399,22
Kosten	35.075,29	28.187,23	26.570,77	30.003,39	28.817,65	22.877,81
Ergebnis	-5.771,98	8.515,26	-1.196,29	11.164,41	396,76	3.521,41



11. Neuauflagen in 2017/2018

In 2017/2018 stehen folgende Neuauflagen an:

Verbraucherinsolvenzverfahren & Restschuldbefreiung	Apr 2017	Überarbeitung
Pfändungsschutz & Abtretungsschutz	Juni 2017	2jährige Neuauflage
Unterhalt prüfen & Unterhalt anpassen	Dez 2017	2jährige Neuauflage
SGB II (Hartz IV)-Ratgeber	Dez 2017	Jährlich Neuauflage
SGB II (Hartz IV)-Ratgeber	Dez 2018	Jährlich Neuauflage

12. Ausblick und Danke für die Unterstützung

Der Verlag kämpft um seinen Fortbestand.

Sein Erfolg hängt nicht nur vom Engagement seiner Autoren, sondern insbesondere vom vitalen Interesse seiner Nutzer ab. Der Kreis der Nutzer ist durchaus vielfältig. Neben den Schuldnerberatungsstellen der Wohlfahrtsverbände und Kommunen gehören auch zahlreiche andere Akteure wie zum Beispiel Arbeitsloseninitiativen, Gewerkschaften, Familienberatungsstellen, SOS-Kinderdörfer, Jugendhäuser, Beschäftigungsgesellschaften, Justizvollzugsanstalten, Bewährungshilfe, Kliniken, Bildungsinstitute und Universitäten dazu.

Und dennoch geht die Nachfrage zurück. Mag sein, dass die Mittel knapper werden, mag sein, dass die Idee der *Informationsoffensive*, also einer offensiven Wissensvermittlung weniger Resonanz findet und das Verständnis von sozialer Beratung als Wissensvermittlung in Zeiten zunehmender elementarer Existenznot weniger verbreitet ist.

Dennoch braucht die Ratgeberreihe eine breite Unterstützung von allen Akteuren, die dieses Grundverständnis teilen. Eine Ratgeberreihe kann nur einen kleinen Teil der nötigen Wissensvermittlung übernehmen, aber sie stellt immer eine starke Unterstützung der persönlichen Beratung dar. Vielleicht können Sie in Ihrem Umfeld stärker dafür werben. Auch Ihr positives Feedback könnte eine Hilfe sein.

Allen, die die Ratgeberreihe mit ihrem Interesse an der Sache bisher unterstützt haben, möchte ich herzlich danken. Mein besonderer Dank gilt natürlich auch den Autorinnen und Autoren, die sich mit ihren exzellenten Praxiskenntnissen zum Teil schon seit vielen Jahren darum kümmern, die Ratgeber immer wieder auf dem neuesten Stand zu halten. Und natürlich hoffe ich auf eine weiter engagierte Zusammenarbeit.

Kassel im Mai 2017

Stephan Hupe