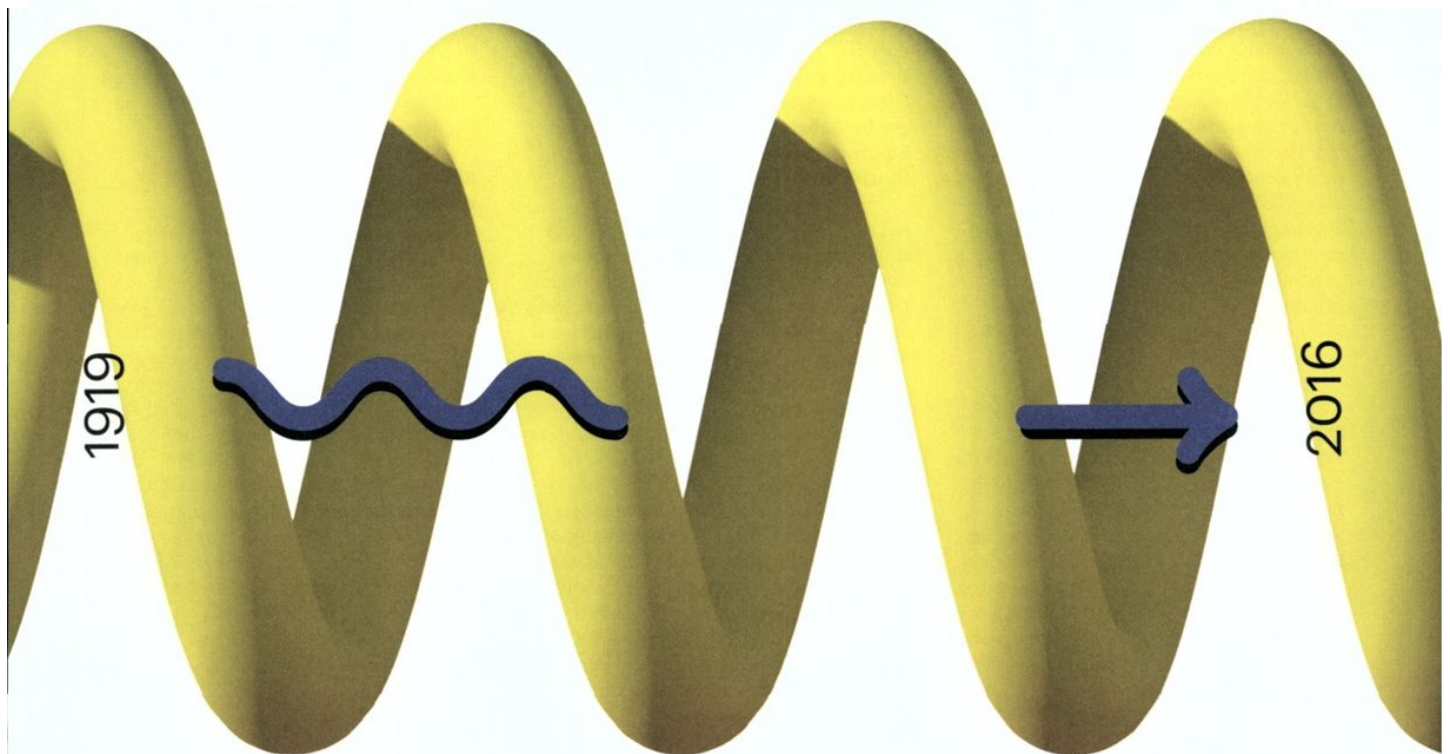


● Herold

Thomas Friess ist der Geschäftsführer des 80-Millionen-Unternehmens HEROLD. In nur zwölf Jahren baute er den ehemaligen Telefonbuch-Verlag in ein Unternehmen um, das sich auf digitale Medien und Marketing Services spezialisiert hat. Dazwischen schreibt er noch Krimis.



Der 51-jährige Manager mag es casual. Keine Krawatte, offenes Hemd und lässiger Business-Anzug. Der ehemalige Banker in ihm ist gar nicht mehr zu sehen. Dabei war er über Jahre in Deutschland und den USA im Banken- und Finanzwesen tätig. „Das war sehr spannend, aber wenn man das länger macht, wird es langweilig“, so Friess.

Er wollte mal ein „normales“ Unternehmen führen und kam 2003 nach Österreich zu HEROLD — zuerst als CFO und ab 2005 als Geschäftsführer. Die Herausforderung war groß. Bei dem 1919 gegründeten HEROLD-Verlag standen bis dahin gedruckte Nachschlagewerke im Fokus und es galt, das Unternehmen in das digitale Zeitalter zu führen. „Der HEROLD machte 2003 noch 90 Prozent der Umsätze mit gedruckten Telefonbüchern. Es war zu dem Zeitpunkt klar, dass der Siegeszug des Internets auch das Geschäftsmodell verändern würde“, so Friess.

Radikaler Umbau

Doch wie macht man aus einem Telefonbuch-Verlag ein zukunftsfähiges Unternehmen? Friess: „Wir haben uns angeschaut, worin wir wirklich gut sind. Bei HEROLD war es die Verkaufsmannschaft, die eng mit den KMUs in Österreich vernetzt ist. Was können wir also anbieten, das jeder Installateur oder Tischler in Österreich braucht?“ Gezielt und konsequent baute HEROLD eine komplette digitale Produktwelt für die kleinen und mittelständischen Unternehmen in Österreich auf. Heute reicht das Produktportfolio von Websites über Empfehlungsmarketing und Social-Media-Kampagnen bis hin zu professionell gestalteten Unternehmensvideos. Und es wird stetig an einem Ausbau der Produkte gefeilt. „Im Grunde bieten wir heute alles, was ein Unternehmer braucht, um Kunden zu gewinnen und seine Umsätze zu steigern. Entscheidend dabei ist, dass unser Kunde von uns fixfertige Produkte bekommt und

sich nicht lange darüber Gedanken machen muss. Welcher Installateur hat schon die Zeit, darüber nachzudenken, ob seine Website für Suchmaschinen und Handys optimiert ist und wie man am besten Werbung auf Google macht? Wir übernehmen die gesamte Arbeit für den Kunden und das in der Regel zu einem günstigen Pauschalpreis“, so Friess.

Das Geschäft brummt

Friess zeigt sich über das letzte Jahr zufrieden: „2015 lief im Großen und Ganzen gut. Unsere Kunden vertrauen uns ihre Werbebudgets an, gerade wenn das wirtschaftliche Umfeld schwieriger wird und sie genau überlegen müssen, wie sie ihren Werbeuro einsetzen. Da sind speziell Werbeinvestitionen mit einem hohen Return on Investment gefragt.“ Besonders gut funktioniert der Verkauf von Websites. „Wir haben schon insgesamt über 20.000 Websites erstellt und jede Woche kommen etwa 100 neue dazu“.

Der Mann,
der aus
einem
Telefonbuch-
Verlag



einen
Spezialisten
für digitale
Medien
und Services
machte.

Karl Michalski
Fotograf

so Friess. Das schlägt sich auch positiv bei den Zahlen nieder: Mit seinen ca. 550 Mitarbeitern erwirtschaftete das in Mödling ansässige Unternehmen 2015 einen Umsatz von fast 80 Millionen Euro. HEROLD-Chef Friess: „90 Prozent kommen dabei aus dem digitalen Bereich. Nur 10 Prozent der Umsätze sind noch Print. Wir haben das Verhältnis also in den letzten zwölf Jahren komplett umgedreht.“ Doch das Telefonbuch ist noch lange nicht tot. Wenn die neuen Gelben Seiten herauskommen, schnellen bei vielen Unternehmen die Anrufe potenzieller Kunden in die Höhe. HEROLD ruht sich aber nicht auf den Lorbeeren aus, es wird dort weiter an der Zukunft gebastelt. Der letzte Coup des Mödlinger Unternehmens ist eine Online-Registrierkasse in Zusammenarbeit mit Etron. Unternehmer brauchen sich damit keine herkömmliche, meist teure Registrierkasse mehr kaufen, sondern HEROLD und Etron machen aus jedem Computer, Laptop, Tablet oder Handy eine gesetzeskonforme und sichere

Online-Registrierkasse. „Man benötigt keine Software, muss keine Programme installieren und auch keine teure Hardware kaufen“, so Friess. Weitere digitale Tools wie eine kostenlose Terminbuchungsfunktion oder ein Online-Backup-Service sollen das digitale Geschäftsfeld erweitern.

Vorsichtiger Datenhändler

Ein lukratives Geschäftsfeld für HEROLD ist auch der Bereich Dialog-Marketing. „Wir waren schon immer ein Spezialist für Firmendaten“, erzählt der umtriebige Manager. 2013 kaufte er relevante Bereiche der Schober Information Group Österreich und konnte damit HEROLDs Position als Kompetenzzentrum für Dialog-Marketing untermauern. Heute kann HEROLD von der Zielgruppenanalyse über qualitativ hochwertige Daten bis zu Mailings alles aus einer Hand anbieten — und das auch für das europäische Ausland. Selbstverständlich läuft hier alles strikt im Rahmen der

Gesetze. Doch was beim Abgreifen von Daten alles passieren kann, hat Thomas Friess in seinem NSA-Krimi „Wer nichts zu verbergen hat, kann dennoch alles verlieren ...“ (TLF-Verlag) geschildert. Darin beschreibt er, welche fatalen Folgen die unkontrollierte Datensammelwut der Suchmaschinen-Betreiber und der Geheimdienste für den Einzelnen haben kann. „Smart Health, Smart Buildings, Smart Cars“ oder unsere Handys machen uns jederzeit lokalisierbar und wir geben sogar freiwillig unsere intimsten Daten auf Facebook preis. Wir liefern uns mittlerweile selbst aus“, so Friess. Sein Krimi sorgt jedenfalls für die Sensibilisierung seiner Leser und auch der Autor selbst sieht sich vor: „Bei wirklich wichtigen Themen schicke ich nur noch verschlüsselte E-Mails und SMS. Das mag vielleicht übertrieben klingen, aber ich weiß, dass George Orwells „1984“ längst Realität geworden ist.“ ●