

# „Kreativität kann man nicht googeln, Kreativität kann man nur anstoßen“

**INTERVIEW** ■ Die Kioskauslagen und auch die Werbung in den Magazinen haben sich in den letzten Jahren verändert. Da gibt es auffällig verpackte Neuerscheinungen, pfiffig auf oder im Cover integrierte Give-aways, Anzeigen zum Ausklappen oder Pop-ups... Viele dieser Ideen stammen aus der Kreativschmiede Megapac Print in Nürnberg und damit von Geschäftsführerin Erika Gassner. Wir wollten wissen, woher eigentlich die ganzen Ideen kommen.

■ **In einem früheren Artikel werden Sie mit dem Satz zitiert: „Auch die Printwerbung ist rettbar“. Was muss passieren, um die Printwerbung zu retten?**

Ich glaube, in erster Linie ist Aufklärung nötig. Agenturen ist sehr oft gar nicht klar, was es überhaupt für Möglichkeiten gibt. Und auch die Druckdienstleister setzen immer noch eher auf Schnelligkeit und Maschinenteknik. Inzwischen heißt es zwar schon: ‚Ich kann noch lackieren oder ein Loch reinstanzen‘, aber die unzähligen Möglichkeiten, die es sonst noch gibt, werden nicht gesehen. Dabei geht es in der Druckindustrie längst nicht mehr darum, Kilometer zu drucken, sondern es geht um Besonderheiten. Und ich glaube, da fehlt es oft an Aufklärung. Ich spüre da oft eine gewisse Hilflosigkeit. Wir überlegen gerade, zu diesem Thema auch Seminare anzubieten.

**Beratung als Schlüssel zu mehr Kreativität?**

Kreativität kann man nicht erfinden und googeln, Kreativität kann man nur anstoßen. Und ich merke, dass in dem Augenblick, in dem man beginnt, jemandem zu erklären, welche Möglichkeiten es eigentlich gibt, sofort dessen geistige Maschinerie zu arbeiten beginnt.

Ich würde mich bei einer solchen Beratung, beispielsweise bei einer Druckerei, auch etwas ganz Verrücktes trauen. Ich würde die Behauptung aufstellen: ‚Wenn ich vier Wochen im Betrieb sein darf, – vielleicht nicht jeden Tag – werde ich spätestens nach diesen vier Wochen zwei neue Produkte für das Unternehmen entwickelt haben‘.



Für Megapac-Print-Geschäftsführerin Erika Gassner ist die Beratung und Aufklärung das A und O.

**Wie kommen Sie denn eigentlich auf Ihre Ideen?**

(lacht): Das weiß ich selber nicht, das ist das Problem. Die Ideen schlagen einfach auf. Ich sehe irgendwo etwas und dann kommen mir die Einfälle. Ich bin selber oft fasziniert. Manchmal sehe ich mich sogar von außen und denke, warum ist dir das jetzt überhaupt gerade eingefallen?

**Würden Sie sagen, Sie haben mit Ihren Ideen und Produkten den Magazinbereich in den letzten Jahren ein bisschen nach vorne gebracht?**

(überlegt): Ich antworte jetzt ganz selbstbewusst, weil mir das auch von außen so gesagt wird. Ohne Megapac gäbe es diese Entwicklung in der Verlagsindustrie nicht. Ich bekomme das wirklich sehr oft zu hören und bin jedesmal selbst ganz berührt. Ich habe auch wirklich in den 13 Jahren nie Reklamationen gehabt. Das soll jetzt nicht großkotzig klingen, aber ich habe da schon so eine Art Sendungsbewusstsein.

**Viele Verlage setzen derzeit wenig auf ihre Printprodukte, geschweige denn, dass sie in kreative Konzepte investieren. Wo ist da Platz für Megapac?**

Ja, für viele Verlage ist Online derzeit das Medium. Das haben teilweise Agenturen sehr stark mit vorangetrieben. Warum, das ist mir allerdings ein Rätsel. Natürlich kann man sagen, das Onlinegeschäft ist

unsere Zukunft. Aber ich glaube nicht, dass dieser Trend so eindeutig ist.

Es wird aus meiner Sicht immer eine Mischung geben. Bestimmte Informationen suche ich gezielt im Netz. Das ist toll. Aber es gehört eben auch das Körperliche dazu, also ein Stück Papier lesend in die Hand zu nehmen. Wir reden ja schlicht und ergreifend über die fünf Sinne des Menschen. Und ich weiß nicht, wie der Mensch auf die Idee kommt, sich selbst so abzuqualifizieren.

**Von wem müsste denn dieser Mut, auch mal etwas Ungewöhnliches zu wagen, ausgehen?**

**Vom Vertrieb der Druckereien? Von Verlagsseite?**

Ich glaube von Unternehmern im Druckbereich. Natürlich auch von Verlagen und Agenturen. Aber eigentlich geht es wieder um Aufklärung, also erklären, welche Möglichkeiten es überhaupt gibt. Ich habe ja auch schon Kunden gefragt, was ihnen im Gespräch mit Druckern passiert. Und die Antwort lautet meist: Wir werden gefragt, für wie viel würden Sie mir denn das Heft als Auftrag geben? Es wird also nur um den Preis diskutiert. Damit nehme ich mir doch jeden Spielraum.

**Und wie ist es, wenn Sie mit Ihren teilweise ungewöhnlichen Einfällen zu Druckdienstleistern kommen? Oft beklagen sich ja Agenturen, die Drucker wären so unbeweglich.**

Das stimmt in vielen Fällen leider auch. Wir hatten von Beginn an zwei feste Kooperationspartner. Dort haben wir unglaublich viel Einflussnahme, wodurch wir sehr viel bewegen können. Aber mit unseren Produkten zu einem normalen Druckunternehmen zu gehen, würde nicht funktionieren. Zum einen fehlt ganz die Vorstellungskraft, zum anderen ist oft auch die Qualität nicht gewährleistet.

**Woran liegt das?**

Vielfach denken die Druckereien heute immer noch ans „Kilometerdrucken“. Man pflegt in den Unternehmen vor allem seine eigenen Interessen, spricht: Maschinen. Aber eigentlich geht es ja nicht um die Technik, sondern darum, ein Dienstleister für die Kunden zu sein.

Meiner Ansicht nach erleben wir gerade eine völlige Umstellung dieser Industriekultur. Hier verändert sich ein Industriezweig vollkommen. Allerdings verstehe ich nicht, wieso den Unternehmen die Einsicht fehlt, dass wir uns in einem echten Aufbruch befinden. Natürlich haben die Leute Angst vor Veränderung, aber es ist doch auch schön, dass wir so etwas erleben dürfen.

**Fragen: Martina Reinhardt**

## Megapac Print

■ Das 2001 in Bachern am Wörthsee von Erika Gassner gegründete Unternehmen Megapac Print ist eine Kreativagentur mit Kooperationsbetrieben für die Druckproduktion. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Entwicklung und Herstellung außergewöhnlicher Anzeigenprodukte für Zeitungen, Zeitschriften oder Mailings und andere Sonderwerbeformen. Seit kurzem werden auch Seminare sowie Beratungsleistungen angeboten.

Seit Anfang des Jahres ist Megapac Print mit insgesamt sechs Mitarbeitern in Nürnberg ansässig.

↓ [www.megapac.de](http://www.megapac.de)