



01



03



02



04

## VON MEGA-IDEEN ZU LESBAREN HANDTASCHEN

*Wenn Sie über außergewöhnliche Anzeigen, Mailings oder Sonderwerbformen stolpern – über integrierte CD-Hüllen auf Zeitschriftentitel oder aber eine novum-Ausgabe mit Henkel, dann hat höchstwahrscheinlich megapac seine kreativen Finger im Spiel ...*

**E**ines sei vorweg festgestellt: Das »mega« in der Firmierung rührt nicht etwa von überdimensionaler Betriebsgröße her, sondern leitet sich schlichtweg aus den beiden Nachnamen der Geschäftsführerinnen Erika Gassner und Brigitte Meller ab. Ein Team, das sich auf perfekte Weise ergänzt und seit der Gründung 2001 eine steile Erfolgsgeschichte schreiben konnte – Männerdomäne »Druck und Veredelung« hin oder her.

Ein entscheidender Faktor ist sicherlich die Mischung aus Technikbegeisterung und Kreativität, Neugier und Pioniergeist, Marktgespür und Optimismus, Weitblick und Realitätssinn, Perfektionismus und Teamgeist. Man versteht sich bei megapac eben nicht nur als Dienstleister, sondern geht gerne in Vorleistung, was die Entwicklung neuer Techniken und Werbeformen angeht: »Wir denken unabhängig von gängigen Lösungen und versuchen, den Markt und seine Produkte aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten«, hört man von den sympathischen Unternehmerinnen. Das beschert über die Jahre nicht nur ein ungeheures Fachwissen und Erfahrung, sondern auch eine Vielzahl von international eingetragenen Patenten sowie natürlich einen großen für

die Produktion notwendigen Maschinenpark aus verschiedenen Druckmaschinen (Bogen- und Rollendruck), Stanz-, Klebe- und Spezialmaschinen. Die Leidenschaft, neue Ideen auszuarbeiten, die Grenzen auszuloten und nicht zuletzt auch Kunden zu überzeugen, mit diesen auffallenden Lösungen zu punkten, steckt sowohl in dem Führungsteam von megapac als auch in ihrem Team, das sich aus Kreativen, Kaufleuten, Beratern, Technikern und Logistikern zusammensetzt. Und lag ihre Klientel zu Beginn fast ausschließlich im Zeitschriften- und Buchverlag, so zählen inzwischen immer mehr Werbeagenturen und Unternehmen zu den Nutznießern der kreativen Vordenker – auflagenstarke Kataloge, Mailings, Beilagen und Warenproben werden so zum absoluten Hingucker. Für Druckereien hingegen ist megapac ein vertrauensvoller Partner bei schwierigen oder umfangreichen Aufträgen – als Problemlöser steht man hier gerne zur Seite. »Geht nicht, gibt's selten«, bestätigten uns Erika Gassner und Brigitte Meller, als wir uns für unser Projekt Sommerausgabe trafen. Und tatsächlich: eine reibungslose Produktion verwandelte die novum 07/08 in eine lesbare Handtasche! *bs*



05



06

- 01 »Spiegel Zeitreise«. DVD-Integration inklusive Boxinlay. Die DVD-Tasche ist heraustrennbar. / DVD integration incl. box inlay. The DVD pocket is removable.
- 02 »Sternstunden«. Sonderaktion für L'Oreal in der GALA. Sonderprodukt für die Berlinale 2008 – ein vierseitiger Beihefter mit ausklappbarer und ablösbar verklebter Tasche, die zehn Sterne für ein Gewinnspiel enthält. / Special promotion for L'Oreal in GALA. Special product for the Berlinale 2008 – a four-page supplement with fold-out, removable stuck-on pocket which contains ten stars for a competition. Agenturen / Agencies: Gruner & Jahr, McCann Erickson.
- 03 Fünfzigjähriges Jubiläum – Kaffee und Kuchen in der Funk Uhr. Integration von druckempfindlichen oder größeren Samples in Zeitschriften mittels eines frei formbaren Kunststoffbilsters / 50th anniversary – coffee and cake in »Funk Uhr«. Integration of print-sensitive or larger samples in magazines using a freely formable plastic blister.
- 04 DVD-Beigabe in der TV-Movie. / Free DVD with the magazine »TV-Movie«.
- 05 + 06 Prinz-Sonderaktion zur WM-2006 – die Torwand zum Auffalten. / »Prinz« special for the World Cup 2006 – a fold-out goal wall.
- 07 Erika Gassner und / and Brigitte Meller



07

## MEGA BRAINWAVE TO READABLE HANDBAG

*When you come across unusual adverts, mailings or special forms of advertising – like CD covers integrated into magazine covers or an edition of novum with a handle – it is highly likely that the creative hand of megapac will have been involved somewhere ...*

One thing is certain: the »mega« in the company's name isn't intended to boast of an outsized conglomerate, but is simply derived from the surnames of its two directors, Erika Gassner and Brigitte Meller. They complement one another perfectly. Printing and print finishing may well be a man's world, but this team's rise since it was founded in 2001 has been a page-turning success story. One decisive factor in this is certainly their enthusiasm for technology combined with creativity, curiosity and pioneering spirit, a nose for the market, optimism, vision and a sense of reality, perfectionism and team spirit. megapac thinks of itself as not just as a service provider. It likes to go the extra mile when it comes to developing new techniques and forms of advertising. »We think beyond the normal solutions and try to look at the market and its products from different points of view.« is how these likeable lady entrepreneurs put it. Over the years this has given them not only enormous technical expertise and experience, but also a large number of registered international patents and, of course a large pool of various printing machines (web and offset), punching, pasting and specialist machines which they use for production. Their passion for

developing new ideas, for sounding the limits and not least for convincing clients to take on board their flamboyant solutions, pervades both megapac's management and its team of designers, purchasers, consultants, engineers and logisticians. If their clients at the beginning were almost exclusively from the world of book and periodical publishing, an increasing number of advertising agencies and enterprises are adding to those calling on the services of these prophets of design – making high-volume catalogues, mailings, inserts and product samples into real head-turners. megapac is a trusted partner for printers when it comes to difficult or high-volume commissions. They like to think of themselves as problem solvers. »No can do« is not usually part of our vocabulary, Erika Gassner and Brigitte Meller assured us when we met to plan our summer edition. And indeed, novum 07/08 was produced in readable handbag form, with no problem at all! *bs*

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