

Porträt der Woche



Erika Gassner ■ Die Geschäftsführerin und Mitgesellschafterin der Megapac Print GmbH und der Magapac Consult war zunächst fünf Jahre als Verkaufsleiterin in der Druck- und Faltschachtelbranche und 13 Jahre als Geschäftsführerin in der Verlags-Druck- und Verpackungsbranche mit 300 Mitarbeitern tätig. Es folgten drei weitere Jahre Tätigkeit in der Verpackungsbranche. Megapac Print (Bachern am Würthsee) entwickelt, produziert und vertreibt Spezialprodukte für den Verlagsbereich.

Ihre drei liebsten Printprodukte?

Bücher, gute Zeitschriften, Kosmetikverpackungen.

Wohin fahren Sie am liebsten in Urlaub?

In den Süden.

Ihre Hobbys?

Joggen, Lesen, Musik hören, mein Hund.

Ich lese Deutscher Drucker, weil ...

mich die Zeitschrift über meine Branche aktuell und umfassend informiert.

Welche technische Entwicklung ist am wichtigsten?

Die Erfindung der Spül- und Waschmaschine außerhalb der Branche. Das Drucken von Büchern, E-Mails und Handys innerhalb der Branche.

Was raten Sie dem Branchennachwuchs?

Sich nicht so sehr auf die Technik zu konzentrieren, sondern mehr auf den Markt.

Ihr Lieblingsgetränk?

Weißwein.

Auf welchen Luxus könnten Sie verzichten?

Es gibt keinen Grund, auf Luxus verzichten zu wollen.

Ihre Lieblingsautomarke?

Audi.

Entsorgungsproblematik

Gratiszeitungen werden zum Ärgernis für Stadtverwaltungen

Eigentlich sollen Gratiszeitungen gerade junge Leute zum Lesen animieren. Eigentlich sollen sie den elektronischen Medien die Stirn bieten. Und eigentlich klingt das alles auch positiv. Eigentlich.

Tatsächlich werden die kostenlosen ausliegenden und verteilten Tageszeitungen oder Anzeigenblätter gerade zum Ärgernis für Städte. Die Londoner Stadtverwaltung beispielsweise droht, die Gratiszeitungen aus der Innenstadt zu verbannen, sollten sich die Verlage nicht an den Entsorgungskosten beteiligen. Auch in Frankreich werden die Herausgeber von Anzeigenblättern, Werbeprospekten und Directmails ab diesem Jahr zur Kasse gebeten. Hierfür wurde die Organisation Eco Folio aus der Taufe gehoben.

In Deutschland ist die Entsorgung des Papiermülls, der durch kostenlose Zeitschriften, Prospekte und Anzeigenblätter entsteht, nicht gesetzlich geregelt. Allerdings funktionieren die Mülltrennung so gut, dass dies auch nicht nötig sei, so Volker Nickel, Sprecher des Zen-

tralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW).

Vielleicht ist das Problem auch noch nicht vorhanden, da in Deutschland derzeit keine Gratiszeitungen am Markt sind. In Londons zentralem Stadtteil Westminster dagegen gehören Papierstapel und -fetzen momentan zum alltäglichen Stadtbild. »Für Anwohner, Besucher und Geschäfte ist der Anblick weggeworfener Zeitungen auf unseren Straßen unzumutbar«, sagte Alan Bradley, Ratsmitglied des Gemeinderats Westminster, dem Media Guardian. Gratiszeitungen machen dort mittlerweile rund ein Viertel des gesamten Mülls aus. Die Entsorgung und Ausstattung mit zusätzlichen Papierkörben soll die Gemeinde für die nächsten zwei Jahre rund 758 177 Euro kosten.

In Frankreich sind es insbesondere Gratisprospekte, die die Briefkästen füllen. Die Entsorgung oder Wiederverwertung kostete die Gemeinden jährlich 150 Millionen Euro. Die private Organisation Eco Folio setzt sich



Gratiszeitungen werden gerne genommen, deren Entsorgung allerdings ist nicht geregelt.

zusammen aus Vertretern der Werbevertreiler, der Anzeigenzeitungen sowie einigen der größten Werber aus der Banken-, Telekommunikations- und Automobilbranche. »Wir haben uns auf eine Abgabe von 35 Euro pro Tonne geeinigt«, sagte Frederic Aurand, Vorsitzender von Eco Folio und Geschäftsführer der Groupe Hersant Media, in der Le Monde. Eco Folio zahle zwischen 20 und 25 Millionen Euro an die Stadtgemeinden.

Laserline

Keine Aufträge von Scientology

Das Digitale Druckzentrum Laserline (Berlin) hat einen Auftrag von Scientology abgelehnt. 5 000 Broschüren und mehrere Tausend Flyer wollte die Sekte kurz vor der Eröffnung ihrer Berlinzentrale drucken lassen.

Laserline-Prokurist Christian Luther informierte die Mitarbeiter per Rundmail über die Haltung des Unternehmens. Wer die freiheitlich demokratische Grundordnung Deutschlands ablehne, dem werde man nicht bei der Verbreitung seiner gefährlichen Ideen helfen, so Luther.

Die Scientologen werden seit 1997 auch vom Bundesverfassungsschutz beobachtet, nachdem es Hinweise gegeben hatte, die Organisation wolle die Spitzen in Politik und Wirtschaft unterwandern.

Holtzbrinck setzt auf Print und Web

Online-Strategie ■ Die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, zu der auch »Zeit« und »Handelsblatt« gehören, will mit einer zweigleisigen Strategie auch in Zukunft erfolgreich sein. Im Interview mit der Zeitung »Welt am Sonntag« erklärte Finanzgeschäftsführer Jochen Gutbrod, wie das Unternehmen den zukünftigen Herausforderungen begegnen werde. Zuletzt war das Unternehmen dadurch aufgefallen, dass es die unterschiedlichsten Internetportale kaufte. So sind zum Beispiel die Studentenplattform StudiVZ sowie eine Partnervermittlungssite im Verlagsbesitz.

Hinter dem Kauf dieser unterschiedlichen Internetseiten stecke jedoch keine Strategie, erklärt Gutbrod: »Bei den klassischen Medien kann man strategisch planen, nicht bei den neuen.« Bewährte Geschäftsmodelle lassen sich nicht so einfach aufs Internet übertragen. So sei es beispielsweise ein Fehler des Verlages gewesen zu glauben, Nutzer würden online für Inhalte zahlen, gesteht Gutbrod.

Im Jahr 2006 setzte Holtzbrinck einen dreistelligen Millionenbetrag online um. Bis 2011 soll dieser Anteil auf rund 500 Millionen Euro anwachsen. Doch auch traditionelle Medien werden nicht vergessen. »Im vergangenen Jahr haben wir in das traditionelle Geschäft mit Zeitungen und Büchern eine höhere Summe investiert, als wir für den Kauf von StudiVZ benötigten«, sagt Gutbrod. Im Zeitungs-geschäft wird mit einem Auflagenrückgang von zwei Prozent pro Jahr gerechnet, was sich auf das Anzeigengeschäft auswirken wird, das zugunsten von Onlinewerbung zurückgehen soll.