

Das PZ-Interview mit Eugen Müller, Geschäftsführer von Meyle+Müller in Pforzheim, zur Zukunft von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern im iPad-Zeitalter

# „Auf den Medien-Mix kommt's an“

Smartphone, iPad und eBook statt auf Papier gedruckter Informationen – wie wird die Medienwelt von morgen aussehen? Der Konsument wird künftig alle Kanäle nutzen. Allerdings müssen die Inhalte für jedes Medium individuell aufbereitet werden, meint Eugen Müller, Geschäftsführer von Meyle+Müller (Pforzheim), einem der renommiertesten Pre-Media-Unternehmen in Deutschland. Mit dem Manager sprach PZ-Redakteur Gerd Lache.

**Pforzheimer Zeitung:** Herr Müller, Sie haben Ihr Unternehmen auf der Buchmesse in Frankfurt mit der digitalen Zukunft von Meyle+Müller präsentiert. Wie ist Ihr Resümee?

**Eugen Müller:** Das eBook war eines der zentralen und meistdiskutierten Themen auf der diesjährigen Buchmesse. Verlage, Dienstleister und Leser treibt die Frage um, wie schnell sich das eBook in Deutschland durchsetzen wird. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass wir durch die Buchpreisbindung und den abschließlichen Vertrieb über den Buchhandel hierzulande eine besondere Situation haben. Wachstumsraten wie in den USA sind daher in Deutschland nicht oder nur mit einiger Verzögerung zu erwarten. Jüngere und technisch begeisterte Leser warten sehnsüchtig darauf, dass es bald eine große Auswahl an Lesegeräten und Buchtiteln in deutscher Sprache geben wird.

**PZ:** Neben dem elektronischen Lesegerät eBook hat vor allem der handlich flache Computer iPad von Apple einen Hype entfacht. Worin unterscheiden sich die beiden?

**Müller:** iPad und eBook sehen zwar ähnlich aus, unterscheiden sich aber grundlegend. Das eBook ist vor allem für das Lesen von Belletristik ausgelegt. Es hat einen einfarbigen Bildschirm, der nicht hinterleuchtet ist. Das erlaubt ermüdungsfreies Lesen. Auch Funktionen wie Umblättern, Eselohren setzen und dergleichen erlauben ein Lesen fast wie im gedruckten Buch. Außerdem haben gute eBooks eine extrem lange Batterielaufzeit. Das iPad dagegen hat einen bestens aufgelösten Farb-Bildschirm, eignet sich vor allem zum Ansehen von Bildern und Videos und glänzt durch seine zahlreichen Möglichkeiten und seine intuitive Bedienung. Dafür hält die Batterie nicht allzu lange, das Lesen auf dem extrem hellen Bildschirm ist ermüdend. Somit kann man ganz klar sagen: Für den Roman das eBook – für den Bildband, in dem man auch noch Videos und Animationen integrieren kann, das iPad. Dies beantwortet klar die Frage, dass auf der Buchmesse das eBook das



Gedruckte Informationen werden auch im digitalen Zeitalter ihren Platz haben. Das behauptet Eugen Müller, Geschäftsführer des Pre-Media-Unternehmens Meyle+Müller in Pforzheim. Foto: Ketterl

heißere Thema war. Ich gehe davon aus, dass die beiden Gerätetypen in der weiteren technologischen Entwicklung eher zusammenwachsen werden.

**PZ:** Und das gedruckte Buch, hat es eine Zukunft?

**Müller:** Noch nie hat ein Medium ein anderes vollständig verdrängt, sondern bestenfalls seine Anwendung verändert und spezialisiert. Das erwarte ich auch hier. Es wird noch viele Jahrzehnte unzählige Menschen geben, die Bücher auf Papier lesen und verschenken wollen. Eigentlich ist es ganz einfach: Wir Verbraucher werden künftig die Wahl haben.

**PZ:** Ihr Unternehmen gehört zu den Führenden in der Pre-Media-Branche. Das heißt, sie erstellen viele Arbeiten, die in der Druck-Vorstufe anfallen. Wie ist es Ihrer Ansicht nach um die Zukunft von gedruckten Zeitungen und Zeitschriften bestellt?

**Müller:** Für Zeitungen und Zeitschriften – wie übrigens auch für Kataloge – gilt dasselbe, wie ich es über Bücher gesagt habe. Auch sie werden sowohl in Print wie in digitalen Ausgaben verfügbar sein. Anders als beim Buch allerdings werden sich bei Zeitungen, Zeitschriften und Katalogen Inhalte und Darstellungsform zwischen Print und Non-Print unterscheiden. Print wird immer selektierter und im Auftritt hochwertiger wer-

den, während Onlineangebote mit Varianten, Animationen und Videos ergänzt werden und einen erweiterten Content, so sagt man Neudeutsch für Inhalt, darstellen werden.

**PZ:** Was muss der erweiterte Inhalt, der Content, einer digitalen Zeitung auf dem iPad bieten?

**Müller:** Das iPad ist ein Gerät, das sehr viel kann. Es kann sämtliche Medien wie Musik, Bild, Video perfekt darstellen und ist äußerst einfach und intuitiv zu bedienen. Außerdem weiß es, wo es sich befindet (durch eingebaute Navigation per GPS; Anm. d. Red.) – kann also seinem Nutzer Angebote aus seiner Umgebung direkt darstellen. Wenn

man eine Zeitschrift oder Zeitung aufs iPad bringt und nicht zumindest einen Teil dieser Möglichkeiten nutzt, wird der Verbraucher schnell die Lust an dieser Anwendung verlieren und diesen Titel künftig nicht mehr herunterladen. Hier kommen große Aufgaben auf die Verlage zu, die ihren Content künftig für jedes Medium – Print, PC, Smartphone und Tablet-PC – individuell aufbereiten müssen.

**PZ:** Sie haben renommierte Versandhäuser wie Klingel und Otto in ihrer Kundenkartei. Neu hinzu kam kürzlich der schwedische Filialist Ikea, dessen Katalogseiten bei Meyle+Müller bearbeitet werden. Was würden Sie den Kunden raten – beim gedruckten Katalog bleiben oder besser Online gehen?

**Müller:** Für den Katalog kann man grundsätzlich sagen, dass heute schon mehr über den Webshop als über den gedruckten Katalog bestellt wird. Allerdings gibt es mehrere Studien, die beweisen, dass die Umsätze zurückgehen, wenn man die Print-Werbung vernachlässigt. Ausnahmen sind reine Online-Versender – wie zum Beispiel der bekannte, weltweit agierende Buchhändler (amazon; Anm. d. Red.) – die gleich ohne Printauftritt gestartet sind. Für die meisten Katalogmacher gilt daher, dass das Gebot der Stunde der richtige Mix der Medien ist. Wie bei Zeitschriften und Zeitungen werden wir also auch bei Katalogen erleben, dass uns die darin enthaltenen Angebote über die verschiedenen Medien und Ausgabegeräte jeweils explizit aufbereitet dargestellt werden.

— ANZEIGE —

**Maschinenfachtransporte RUF**  
Maschinenbau u. -Entsorgung  
Telefon 0171 - 491 34 54

**PZ:** Wo muss gegenüber Print der Mehrwert eines digitalen Versandhaus-Katalogs liegen?

**Müller:** Das sehen wir ja heute schon in den Webshop-Auftritten der Versandhäuser – und das werden wir auch künftig bei den Apps (kleine Programme; Anm. d. Red.) für die Tablet-PCs wie zum Beispiel das iPad sehen: Der Kunde erwartet, dass ein

## ZUM THEMA

### Meyle+Müller GmbH+Co.KG

...in Pforzheim wurde am 1. April 1910 von Eugen Meyle und Karl Müller als Grafische Kunstanstalt gegründet. Eugen Müller Senior, der Großvater des heutigen Geschäftsführers, trat 1922 im Alter von 21 Jahren in das Unternehmen ein, das er 55 Jahre lang geführt und maßgeblich entwickelt hat. Bis in die 50er-Jahre stand ihm der Gründer Eugen Meyle zur Seite, bis die Familie Meyle aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Seit 1981 ist der heutige Geschäftsführer Eugen Müller im Unternehmen tätig. Meyle+Müller bedient heute renommierte Kunden aus Versandhandel, Handel, Industrie und Verlagswesen. pm

Das Kerngeschäft ist nach wie vor die Reproduktion von Printprodukten, das heißt: die technische Aufbereitung von Grafik, Bild und Text für den Druck – vor allem in farblicher Hinsicht. In den letzten Jahren neu hinzugekommen sind die Sparten New Media und IT, die immer bedeutender werden. Meyle+Müller beschäftigt rund 200 Mitarbeiter, überwiegend am Standort Pforzheim, ist aber zudem an einem zentralen Produktionsunternehmen in Bulgarien beteiligt, das etwa über die gleiche Personalstärke verfügt. pm

@ www.meyle-mueller.de



Handlich flach und leistungsstark: Mitarbeiter von Meyle+Müller präsentierten kürzlich den Mitgliedern des Presseclubs Nordschwarzwald die Funktionen des iPad. Foto: Löffler



**Fachkräfte für die Region binden** war das Thema der Wirtschaftsjunioren an der Hochschule Pforzheim. Im Bild vorne von links: Hochschulrektor Martin Erhardt, Student Christian Ngameru aus Kamerun und WJ-Kreissprecher Dirk Scharf. Foto: Ketterl

# „Studenten emotional binden“

Wirtschaftsjunioren beklagen Goldstadtfucht vieler Hochschul-Absolventen

PZ-REDAKTEUR  
GERD LACHE

**PFORZHEIM.** „Pforzheim ist nicht Florenz“, umschrieb der Hanseate Kai Alexander Saldsieder leichte Defizite der Goldstadt. Der Professor an der Hochschule Pforzheim hat das Klima des Nordschwarzwaldes dem trüben Wetter an der Alster dennoch vorgezogen. Und ebenso sollten die Studierenden ihre Vorlieben für die Region entwickeln, damit sie nach dem Studium den hiesigen Unternehmen zur Verfügung stehen. Noch ist das allerdings nicht so. Deshalb haben die Wirtschaftsjunioren (WJ) Nordschwarzwald die Fachbeiträge bei ihrem Mitglieder- und Gäste-

abend an der Hochschule Pforzheim unter das Motto gestellt: „Talente bilden und binden.“ WJ-Sprecher Dirk Scharf: „Namen wie Bosch oder Daimler kennt jeder. Aber die hervorragenden Unternehmen in Stadt und Kreis sind den meisten unbekannt.“ Angesichts des Fachkräftemangels ein Problem für die Firmen. Professor Saldsieder schilderte die Ursache der studentischen Goldstadtfucht aus seinem Erleben. Der persönliche Kontakt mit Menschen, die hier leben, das Integriertwerden in die hiesige Gemeinschaft spielten seiner Ansicht nach eine große Rolle bei der Entscheidung: Gehe ich in einer Großstadt oder bleibe ich hier, wo ich neue Freunde gefunden habe?

Ebenso sollten die Unternehmen den Kontakt mit den Studierenden pflegen, um sie später halten zu können. Dass Integration beispielsweise durch Sport möglich ist, schilderten mit Jean Bernard Ntonga Zengve und Christian Ngameru zwei Studenten aus Kamerun. Sie fanden dank Saldsieder über Basketball-Aktivitäten ihren Anschluss. André Berkenbrink, Leiter Personal Recruiting der Allianz, sieht Handlungsbedarf bei den Unternehmen. Sie würden die „emotionale Mitarbeiter-Bindung“ vernachlässigen. Dazu gehörten auch Weiterbildungsangebote, das überzeugte Vorleben des Firmenleitbildes und Rücksichtnahme auf die Bedürfnisse der Menschen.



## IHK mit neuem Geschäftsführer

Markus Wexel (Bild) übergab das Amt des Wirtschaftsjunioren-Kreisgeschäftsführers an Rechtsassessor Oliver Essig. Grund: Wexel ist seit 1. Oktober einer der Geschäftsführer der IHK Nordschwarzwald. Foto: Ketterl