

## Von Hofberichterstattungen, PR-Journalisten, grantigen Chefs und Hochzeitemern

# Kaukasische Bräute

**E**s ist mehr als nur ein Gefühl, aber irgend etwas hat sich verändert in den vergangenen drei Jahren... Als ich genau am 16. Juni 1997 die Räume der anderen Druckfachzeitschrift, sie wissen schon welche, im Streit verlassen habe, war die Welt eigentlich noch in Ordnung. Bis dahin hat es noch Stories gegeben, redaktionell aufbereitete, gut recherchierte. Nicht nur dort, auch bei anderen Zeitschriften. Und es wurde – zumindest ansatzweise – geschrieben was Wert zu berichten war.

Heute... wenn ich mir die Fachzeitschriftenszene für unsere Themenbereiche so anschau, ist von professionellem Journalismus aber schon gar nichts übrig geblieben. Nicht einmal einen Carl will sich wer machen... Hofberichterstattung, PR-Texte. Einfach Mist... Nicht daß sachlich fundierte Produktbeschreibungen und Marktberichte nicht auch ihren Platz in einem kompletten Magazin hätten, natürlich, auch in X-media werden Sie so etwas finden. Aber wenn dem Leser vorgegaukelt wird, daß das was aus den PR-Federn der Zulieferer kommt eigens recherchierte Geschichten wären, dann ist das einfach Unfug.

Außerdem, unsere Branche ist so klein, daß doch jeder zumindest einen gewissen Überblick über das Geschehen hat. Und es lachen dann die Hühner (und alle wissenden Leser) wenn dann irgendwo irgendwelche Jubelstories stehen, und in Wirklichkeit die Spatzen genau das Gegenteil vom Dach pfeifen. Solche Stories sind nicht einmal das Papier Wert auf das sie gedruckt werden (und Inserate in solchen Broschüren natürlich ebenfalls nicht)

Traurig ist, daß sich offensichtlich auch die Firmen selbst an diesen Un-Journalismus gewöhnt haben. Andererseits, es ist ihnen ja nicht zu verdenken wenn sie unsere Schwächen ausnützen.

Hofberichterstattung... Bei Interviews die Fragen vorab, jede Story zum Autorisieren nochmals vorlegen. So muß es bis vor zehn Jahren in Russland gewesen sein.

Liebe Leser, wir garantieren Ihnen, in X-media werden Sie keine solche Jubelberichterstattung finden. Unsere Informationen haben Hand und Fuß. Auch dann, wenn wir das eine oder andere Mal auf ein Inserate verzichten müssen.

**E**ines der Inserate, auf das wir in diesem Heft verzichtet ist das von Agfa. Die Spatzen pfeifen es vom Dach und jeder der mit diesem Unternehmen – nicht nur in Österreich sondern auch in den zu Österreich gehörenden südlichen und östlichen Nachbarländern – zu tun hat weiß daß da etwas nicht ganz stimmt. Mit viel Gefühl und viel Verständnis für das Unternehmen – so glauben wir – haben wir in der letzten Ausgabe versucht die Hintergründe für die Image-Schieflage von Agfa so objektiv wie möglich zu durchleuchten. Wirklich, wir versuchten sehr behutsam zu sein und die vielen uns bekannten Interna auch als solche zu belassen.

Leider, leider – einer der von uns zu diesem Thema befragten Personen, Marketingchef Gerhard Neumann, bekam die Wut der Agfa-Oberen zu spüren. Weil er – und da war zugegebenermaßen auch unsere Formulierung unglücklich, in die Nähe einer Spekulation gerückt wurde, daß Agfa wohl nichts anderes übrig bleiben würde als sich mit einem der Großen der Maschinen-Zulieferbranche zusammenzuschließen. So etwa wie „Verbreitung von Endzeitstimmung“ lauteten offensichtlich die Vorwürfe. Also, sehr geehrte Herren von Agfa, Gerhard Neumann war der einzige der den Mut hatte - und es ist wohl auch sein Job – sich mit meiner Wenigkeit abzugeben. Sein Chef geruht seit Jahren solchen Terminen aus dem Weg zu gehen und lieber mit wichtigen Kunden auf den Arlberg oder sonstwohin zu flüchten...

Herrn Neumann nun wie Hiob zu steinigen zeigt genau woran es bei Agfa derzeit krank!

Und, auch das sei noch erwähnt: wenn in der Weihnachtsausgabe der Rombus-Hauspostille von Konzernboß Seeger ein angeblich sensationelles Jahresergebnis hinausposaunt wird, gleichzeitig aber ohne Rücksicht auf Verluste ohnehin schon mickrige Marketing-Budgets fürs nächste Jahr nochmals um 50 Prozent zusammengestutzt werden, dann kann ja wohl was nicht stimmen. Dann geht es nicht mehr um langfristige Planung und sinnvolle Geschäftspolitik, sondern nur um eines: das Schmücken der Braut für den zukünftigen Gemahl. Daß wir das ach doch so schöne Mä-

del Agfa besudelt haben tut uns leid... Aber für die hohe Konzernpolitik kann Gerhard Neumann sicher gar nichts...

**Ü**brigens, das mit dem Brautschmücken ist so eine Sache. Auch die Europapiermanager haben da so ihre Erfahrungen. Ähnliche Situation wie bei Agfa. Im vergangenen Jahrzehnt ist Europapier besonders in den Ländern Osteuropas zu einem der führenden Papierhändler avanciert. Mit offensiver Marktpolitik und zielgerichtetem Marketing. Doch – plötzlich – alles wird anders. Radikale Sparwelle, als ob man kurz vorm wirtschaftlichen Kollaps stünde (oder wieder ein Pferdennarr zig Millionen aus der Kasse gegrapscht hätte...). Jedenfalls, auf den ersten Blick unerklärlich! Die Konkurrenz freut sich und zieht alle Register – während der Europapier in manchen Ländern die besten Leute davon rennen – wie in der Tschechei. Dann Gerüchte, Europapier soll verkauft werden. Mit einem „Nie und nimmer“ werden wir ungehörigen Schreiberlinge abgespeist. Aber dann, welche Überraschung, geruhen Hauptaktions-Chief Veit Sorger doch einzugestehen, „Ja, das stiiimmt“. Frantschach wolle sich mehr auf das Kerngeschäft konzentrieren und sich von der Europapier trennen. Um dann auch gleich zu betonen welche fulminante Bilanz man hinlegen werde. No na, wo man doch was vorzeigen muß!

**A**lso liebe Leser, so ist das mit der Hofberichterstattung, freuen Sie sich auf das nächste X-media. Vielleicht finden Sie dann noch einige Reaktionen zum Thema Brautschmuck. Übrigens, Sie brauchen gar nicht nachzublättern, auch Europapier-Inserat haben wir keines in diesem Heft! Aber dafür viele gute Stories und wir werden gelesen. In diesem Sinne,

Ihr Rudolf K. Messer

PS.: Kennen Sie den: Warum treibt man in Kaukasien vor Hochzeitszügen immer eine Kuh? – Damit die Fliegen von der Braut weggelockt werden..

Nix für Ungut, werte Kaukasier unter unseren Lesern!

# Das helfen-Sie-uns-gegen-die-Post-Abo

Seit dem Jahreswechsel macht die Post ernst, sie verteuerte die Zustellgebühren erheblich. Besonders betroffen sind Spezial- und Fachzeitschriften, die direkt an die Entscheidungsträger geschickt werden. Ohne ein unterschriebenes, bezahltes Abonnement ist das nun wirtschaftlich nicht mehr möglich. Deshalb: helfen Sie uns bitte. Bestellen Sie die regelmäßige Zustellung von X-media – für sich, Ihre Mitarbeiter und Kollegen, Ihre Geschäftspartner. Und wir machen Ihnen auch einen Superpreis:

Einzelabo (eine Person, sechs Ausgaben pro Jahr)	öS 300,- pro Person
Mehrfachabo (zwei bis fünf Personen, jeweils sechs Ausgaben)	öS 200,- pro Person
Gruppenabo (sechs bis zehn Personen, jeweils sechs Ausgaben)	öS 150,- pro Person
Sammelabo (elf Personen und mehr, jeweils sechs Ausgaben)	öS 100,- pro Person

Im Preis inkludiert ist die Mehrwertsteuer und das Porto, die Hefte werden Ihnen an die von Ihnen angegebene Adressen per Post zugestellt. Bitte Kupon ausfüllen und Namen- und Adressliste dem ausgefüllten Bestellkupon beilegen. Das Abonnement gilt jeweils auf ein Jahr (sechs Ausgaben) und verlängert sich automatisch, wenn uns nicht die Aufkündigung schriftlich vor Ablauf mitgeteilt wird. Bei Mehrfachabos können Abos auch einzeln gekündigt werden.

Bitte Kupon ausschneiden und per Post einsenden an X-media Aboservice, 4893 Zell am Moos, Oberschwand 15, oder faxen 06234/7162, Tel.: 06234/716, Mail: office@x-media.at

Bei Mehrfachbestellung bitte Namens- und Adressliste nicht vergessen!

## Mein Hilfe-gegen-die-Post-Abo-Bestellkupon

**Natürlich helfe ich Ihnen, ich abonniere ab sofort zu obigen Bedingungen**

- |  |                     |
|--|---------------------|
| <input type="checkbox"/> Ein Stück Einzelabo (eine Person, sechs Ausgaben pro Jahr)          | öS 300,- pro Person |
| <input type="checkbox"/> ..... Mehrfachabos (zwei bis fünf Personen, jeweils sechs Ausgaben) | öS 200,- pro Person |
| <input type="checkbox"/> ..... Gruppenabos (sechs bis zehn Personen, jeweils sechs Ausgaben) | öS 150,- pro Person |
| <input type="checkbox"/> ..... Sammelabos (elf Personen und mehr, jeweils sechs Ausgaben)    | öS 100,- pro Person |

Bitte Schicken Sie die Rechnung (bzw. mein Einzelexemplar) an folgende Adresse:

Name: .....

Firma: .....

Adresse: .....

Tel.: ..... Mail: .....

Datum: ..... Unterschrift: .....

Die Hefte schicken Sie bitte jeweils an die in der Namens- und Adressliste angegebenen Personen