

SERIE: FACHMEDIENMACHER IM PORTRÄT „Der Verlag ist mein Lieblingsprojekt“

Ein Gesicht, tausend Geschichten: Unterstützt durch die Deutsche Fachpresse entstand die Serie „Fachmedienmacher im Porträt“ an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt als Semesterprojekt des Studiengangs „Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation“. Ziel der Porträts war es, das vielfältige Aufgabenspektrum der Fachmedienbranche darzustellen. Elisabeth Peternek porträtierte Anja Müller, Head of Marketing und Geschäftsführerin bei publish-industry, die nie geplant hatte, in der Medienbranche zu arbeiten – und sich heute nichts Besseres vorstellen kann.



Foto: Elisabeth Peternek

Lachfältchen umspielen ihre Augen, die zu leuchten beginnen, sobald sie von ihrer Arbeit spricht – und von ihrer Familie. Beide Bereiche sind in ihrem Leben eng miteinander verwoben. Anja Müller verantwortet den Bereich Marketing und Distribution bei publish-industry, einem Münchner Fachverlag für Technologiemedien. Ihr Einstieg in die Medienbranche war völlig ungeplant und hatte viel mit Kilian Müller zu tun. Der Sohn einer traditionsreichen Fachverlagsfamilie, den sie im zweiten Semester ihres Betriebswirtschaftsstudiums kennenlernte und der ihr zukünftiger Ehemann werden sollte, entwickelte bereits 1993 noch als Student seinen ersten Elektronik-Nischentitel.

Die BWL-Studentin hatte nie darüber nachgedacht in die Medienbranche zu gehen. Der klassische Weg wäre in die Industrie oder die Beratung gewesen. Dennoch entschied sie sich, gemeinsam mit ihrem Freund und Kommilitonen den Titel auszubauen. Seine dama-

lige Münchner Wohnung diente ihnen als Büro. „Ich hatte keine Ahnung, wie Zeitschriften entstehen“, sagt Müller mit einem Lächeln. „Ich habe einen Hörer in die Hand genommen und angefangen, Anzeigen zu verkaufen, habe die Hefte selbst zusammengebaut und mit der Druckerei die Endabnahme und das Layout gemacht. Am Schluss haben wir die Etiketten für den Versand selbst auf die Hefte geklebt“. E-Mail oder gar digitales Marketing gab es damals noch nicht.

Heute hat publish-industry 40 Beschäftigte und neben München einen weiteren Standort in Indien. „Unser wichtigster Erfolgsfaktor ist unser Verlagsteam. Wir leben flache Hierarchien und was wir tun, tun wir mit Leidenschaft. publish-industry ist für uns mehr als ein Unternehmen, für das wir arbeiten – es ist unsere Herzenssache,“ bekräftigt Müller. Nach dem Examen 1996 kamen neue Mitarbeiter zum Verlag und es wurden feste Strukturen und Bereiche aufgebaut. Vier Jahre später übernimmt sie die Medialeitung Neue Geschäftsfelder. 2001 und 2004 kommen die beiden Kinder zur Welt. Müller zieht sich aus dem operativen Salesgeschäft zurück, um sich um ihre Familie zu kümmern und leitet zunächst auf Halbtagsbasis die Bereiche Marketing und Distribution – bis heute, allerdings wieder als fast Fulltime-Job.

Zwischen Arbeitsalltag und Familie

Wenn Anja Müller nach Hause kommt, wird sie jeden Tag erneut in eine völlig andere Welt katapultiert. Plötzlich geht es nicht mehr um Marketing und Kunden, sondern um Schule, Sport und Freunde. Sie hat den Kopf zwar noch voller Businessideen, doch diese werden erst einmal verdrängt. Für Müller ist die Familie ihr Antriebsmotor. Ob Kochen, Bergwandern, Skifahren oder Reisen, die Wochenenden und die Ferien gehören der Familie. Aber in Ausnahmefällen ruft der Arbeits-Laptop sie auch am Sonntagabend – für den Relaunch einer neuen Webseite oder ein wichtiges Projekt.

„Für Verlage ist es sehr schwierig immer wieder eine neue Rolle in den Märkten zu finden“, erklärt Müller. „Auch wir suchen und schauen und probieren wahnsinnig viel aus. Das ist natürlich mit Schmerzen verbunden, weil es das ein oder andere Mal nicht so funktioniert, wie man sich das wünscht.“ Ihr erstes digitales Projekt, eine Onlinemesse im Jahr 1997 floppte. Sie waren noch zu früh, der Markt war noch nicht soweit. Inzwischen wurden erfolgreiche Schritte in Richtung digitale Transformation getan. So wurde im vergangenen Jahr mit *Industr.com* ein Industrieportal für Schlüsseltechnologien gelauncht, das in Web-Magazinen, die Inhalte aller Medienmarken zusammenführt und Anbieter und Anwender in ihren Geschäftsanbahnungsprozessen unterstützt. Gerade ist der Verlag dabei Unternehmen für Partnerschaften und Beteiligungen zu akquirieren. „Das ist eine spannende Aufgabe, nicht nur für das Produktmanagement und den Salesbereich, sondern auch gerade für Marketing und Distribution. Denn diese völlig neuen Medienangebote benötigen auch eine neue, intensive Vermarktung,“ sagt Anja Müller. Crossmedial lautet das Erfolgsrezept von publish-industry, auch wenn Print weiter ein Herzstück der Medienmarken bleibe.

Die Liebe zu ihrer Arbeit zeigt sich in Details. Zu Weihnachten verschicken die Mitarbeiter handgeschriebene Karten an ihre Kunden. Das sei viel Arbeit und manchmal müsse Müller sie antreiben. Das Adressieren der Kuverts wird an Schüler und Studenten ausgelagert. Müllers' fünfzehnjähriger Sohn hilft tatkräftig mit. Die zwölfjährige Tochter wiederum hilft der Mutter beim Verpacken der Geschenke für die Beschäftigten. Auch die Weihnachtskarten sind, so wie Medienangebote, nicht von der Stange. Zusammen mit ihrem Kollegen setzt sich Anja Müller jedes Jahr in der Vorweihnachtszeit zusammen. Sie machen Weihnachtsmusik an und entwerfen das diesmalige Kartenmotiv. „Das gehört für uns irgendwie dazu. Die Zeit nehmen wir uns“, erzählt sie lächelnd.

Autorin: Elisabeth Peternek

ZU DIESER SERIE:

Ein Gesicht, tausend Geschichten: Unterstützt durch die Deutsche Fachpresse entstand die Serie „Fachmedienmacher im Porträt“ an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt als Semesterprojekt 2015/16 des Studiengangs „Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation“. Ziel der Porträts war es, das vielfältige Aufgabenspektrum der Fachmedienbranche darzustellen. Alle Informationen und weitere Porträts: www.deutsche-fachpresse.de

„Der Verlag ist mein Lieblingsprojekt“

Erschienen in der Reihe „Fachmedienmacher im Porträt“

© Verein Deutsche Fachpresse 2016