

Zeitung gestern – Zeitung in Zukunft

Das Berlin-Brandenburgische Wirtschaftsarchiv stellte beim zehnten Industriekulturabend die Entwicklung der Medienlandschaft in der Hauptstadt in den Mittelpunkt

Der zehnte Industriekulturabend des Berlin-Brandenburgischen Wirtschaftsarchivs (BBWA) stellte die „Zeitungsstadt Berlin“ in den Mittelpunkt. Die Fülle der Tages- und Wochenzeitungen, die in den 1920er Jahren hier erschien, rechtfertigte diesen Begriff für Berlin wie für keine andere Stadt. Den historischen Hauptvortrag über das Zei-

tungswesen in der Hauptstadt hielt Rainer Laabs, Unternehmenshistoriker und -archivar der Axel Springer SE. In Berlin beginnt die Zeitungsgeschichte 1617 mit Christoff Frischmanns „Avisen“, aus denen später die „Vossische Zeitung“ wurde. Friedrich der Große förderte die Presseentwicklung, indem er die Zensur einschränkte. Aber erst mit Verle-

gern wie Rudolf Mosse oder Leopold Ullstein begann die große Ära im „Berliner Zeitungsviertel“. Nach dem Krieg gelang – u.a. durch das Engagement von Axel Springer – ein Neuanfang.

Heute haben Zeitungen und Medien der digitalen Welt an die traditionsreiche Stätte an der Kochstraße zurückgefunden. In der Gegenwart der Medienstadt startete Jörg Hunke, Ressortleiter Panorama/Medien bei der Berliner Zeitung, seinen Vortrag über die Zukunft der Zeitung: Ja, die Zeitung sei in der Krise, aber was ihre Zukunft anbelangt, da sei er vollkommen positiv eingestellt. Mit YouTube, Facebook und Twitter ständen zwar erhebliche Konkurrenten auf dem Platz, aber sie ersetzen das Printmedium nicht, und bieten auch Journalisten neue Wege der Informationsvermittlung. Die digitale Transformation eröffnet Chancen durch neue Konsumgewohnheiten. Zeitungen werden künftig online noch präsenter sein. Es bedarf neuer Geschäftsmodelle für die Verlage, um der Kostenlosnutzung der digitalen Informationen etwas entgegen zu stellen. ◀ BW



Rainer Laabs, Prof. Dr. Klaus Dettmer, Vorsitzender des BBWA, und Jörg Hunke (v. l.)

HOSPITALITY

20 Jahre Zächel International

Zächel International, eine Berliner Agentur mit Sitz in der Kreuzberger Bergmannstraße, ist 2014 bereits seit 20 Jahren am Markt: Zu den ersten Kunden der 1994 von Frank Zächel gegründeten Firma zählten die Berliner Zeitung und Hertha BSC. Heute betreut Zächel mit rund 60 Mitarbeitern noch immer zahlreiche Kunden aus der Hauptstadt, wie u.a. die BSR und weiter Hertha BSC – aber auch Kunden in ganz Deutschland und aller Welt. Nicht nur der 20. Geburtstag lässt Freude bei der Hospitality- und Aktivierungs-

agentur aufkommen, sondern auch die Tatsache, dass das Berliner Unternehmen zum fünften Mal in Folge für die ganzheitliche Umsetzung der Hospitality-Services beim DFB-Pokalfinale im Olympiastadion Berlin verantwortlich war und seit vielen Jahren DFB-Partner ist. Die Zächel AG hatte sich nach der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 von einer Agentur für Events und Promotion zur Nr. 1 der Hospitality-Anbieter in deutschen Bundesliga-Stadien entwickelt und ist heute mit der Tochter VIP Sportstravel auch international

ein großer Player. Im letzten Jahr wurde die Agentur, die 2015 den Hospitality-Bereich beim Champions League-Finale in Berlin ausrichtet, von Europas größtem Sportvermarkter „Sportfive“ übernommen. Gründer Frank Zächel wechselte in den Aufsichtsrat. Neue Vorstände wurden Olaf Bauer und Claudia Reuter, die eine Strategie der gezielten Erweiterung der Tätigkeitsfelder von Zächel International verfolgen: „Wir sind sehr erfahren in der Aktivierung von Marken in emotionsgeladenen Umfeldern“, so Bauer. ◀ BW

„Wir sind sehr erfahren in der Aktivierung von Marken in emotionsgeladenen Umfeldern.“ **Olaf Bauer**