

---

## empathie agentur meets Main-Post

18.04.2012, 13:05 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *empathie agentur*

---



Das Team der empathie agentur Fredy Groth (vorne Links) mit Ehefrau Annelie Groth (Mitte rechts), Ju

Ein Rundgang durch das Verlagsgebäude und Druckzentrum sowie informative Gespräche standen bei der Stippvisite von Fredy Groth, Inhaber der empathie agentur in Würzburg, Ehefrau Annelie Groth und Julia Dessloch, beide Marketingbetreuung sowie Uwe Diezel, Grafik-Design, auf dem Heuchelhof auf dem Programm. Was leistet das Medienunternehmen alles und wie wird Zeitung gemacht? Darüber bekamen die Gäste einen umfassenden Überblick. Begrüßt wurden Fredy Groth, Annelie Groth, Julia Dessloch und Uwe Diezel von Matthias Faller, Geschäftsleitung Anzeigen, Peter Krones, Leitender Redakteur, Christian Franz, Verkaufsleiter Main-Media und Andreas Fenn, Gebietsverkaufsleiter Würzburg.

Zunächst wurde zum obligatorischen Gruppenfoto gebeten. Dafür bekamen die Besucher eine Original- Druckplatte in die Hände, deren Herstellung sie beim späteren Rundgang durch das Druckzentrum live miterleben sollten. "Wir wollen einen Überblick darüber geben, was wir im Einzelnen tun", machte Faller Appetit auf das Folgende, "die Bandbreite ist in den letzten Jahren erheblich größer geworden". Zunächst stand der Gang durch die Redaktion an. Krones gab einen kurzen Überblick über die Historie der Main-Post, die als Nachfolger des 1882 von der Familie Richter gegründeten Würzburger Generalanzeigers nach dem Zweiten Weltkrieg 1945 von den Alliierten die Lizenz Nr. 8 erhielt. Welch Zufall, denn 2011 wurde die Main-Post genau wie der Südkurier in Konstanz von der Mediengruppe Pressedruck in Augsburg übernommen, zu der auch die Augsburger Allgemeine gehört. Sie bekam von den Alliierten damals die Lizenz Nr. 7. "Wir sind über diese Zugehörigkeit sehr froh", betonte Krones, "denn wir haben die selben Ziele".

Die Gäste hörten, dass Mitte der 90er Jahre die Entwicklung vom reinen Zeitungshaus hin zur Mediengruppe begann, mit verschiedenen Aufgabenbereichen wie einem Callcenter, das seit drei Jahren auf Platz eins in Sachen Kundenfreundlichkeit rangiert, Brieflogistik, vielfältigen Online- Angeboten und einer Akzidenzdruckerei auf der Zeitungsrotation für Fremdprodukte. "Wie hoch ist der Mindestumfang, um drucken zu lassen?", wollte Fredy Groth wissen. Ab rund 5000 Exemplaren ist es machbar lautete die Antwort. Auch die optische Entwicklung der Zeitung war für die Gäste an Aushängen, die die unterschiedlichsten Stadien der Seitenaufmachung zeigten, nachzuvollziehen. Die Gäste lernten, dass seit 1997 mit Inbetriebnahme des neuen Druckzentrums die Seite eins immer komplett in Farbe erscheint.

## Der Blick auf die Technik

Da an diesem Tag der Besuch der eigentlich täglich um 11 Uhr stattfindenden Redaktionskonferenz wegen des Feiertags am nächsten Tag entfiel, machte sich die Gruppe unter der Leitung von Peter Krones auf zur Führung durch das Druckzentrum. "Wundern sie sich nicht, dass ein Redakteur die Arbeitsabläufe erklärt", erläuterte er, "das ist in der Regel verständlicher, als die Erklärungen eines Technikers". Der Weg führte durch das Herzstück der technischen Produktion - das 1997 auf dem Heuchelhof in Betrieb gegangene Druckzentrum. In die drei Druckmaschinen wurden damals 38,5 Millionen Euro investiert. Um noch bessere Zeitungsqualität bieten zu können, fand im November 2009 ein Erneuerungsprozess statt. Eine der älteren Maschinen wurde mit einer Gesamtinvestition von über sechs Millionen Euro durch eine neue Commander CT ersetzt. Das Druckzentrum gliedert sich in die Einheiten Papierlager, Druckbereich und Weiterverarbeitung. Im mit Recycling-Papier gefüllten Papierlager hörten die Besucher, dass pro Jahr 15 000 Tonnen Papier benötigt werden. Das ergäbe aneinander gereiht rund zehn Mal den Erdumfang.

Eine Rolle Zeitungspapier wiegt 1,3 Tonnen und enthält 18 000 Meter Papier. Um eine komplette Ausgabe mit 48-seitigem Umfang zu drucken, braucht es 24 solcher Rollen. In diesem Zusammenhang ergab sich die Frage: "Wann ist der letzte Redaktionsschluss?".

"Bei wichtigen Ereignissen kann bis gegen 1.30 Uhr nachts aktualisiert werden", erklärte Krones.

Wie Texte und Bilder auf die Zeitungsseite kommen, zeigte die Stippvisite in der Druckplattenherstellung. Etwa 250 000 solcher Platten werden jährlich gefertigt, die eine Fläche von sieben Fußballfeldern ausmachen. Ihre Produktion geschieht per digitaler Datenübermittlung von den Redaktionen und Anzeigenabteilungen nach der Belichtung direkt vom Computer auf die jeweilige Druckplatte.

Zum Schluss des Rundgangs machte Krones in der Weiterverarbeitung Halt, in der jüngst auch ein Erneuerungsprozess abgeschlossen wurde. Der Umgang mit Beilagen läuft jetzt noch präziser als bisher. Nach der Umstellung auf die neue Weiterverarbeitungslinie können nun acht statt bisher vier Beilagen gleichzeitig beigelegt werden.

Nach Begutachtung der Technik ging es zurück in den Konferenzraum im ersten Stock. Dort hatten Christian Franz und Andreas Fenn eine Präsentation über das gesamte Angebot der Mediengruppe vorbereitet. Lockere Gespräche beendeten diese Runde, bevor alle nach diesem umfassenden Einblick in die Zeitungsproduktion sich ein Mittagessen in der Main-Post- Kantine verdient hatten.

Text und Bild: Kirsten Mittelsteiner

## Portrait

Sie erwarten von Marketingspezialisten mehr Kunden, mehr Wiederkäufer, mehr Empfehlungen, mehr Presseveröffentlichungen und damit langfristig und dauerhaft mehr Umsatz und eine bessere Rendite? - Dann sind Sie bei uns, der empathie agentur, richtig. Denn wir betrachten uns als Ihre ausgelagerte Marketingabteilung, und damit als Teil Ihres Unternehmens!

Erfolg ist keine Frage der Betriebsgröße, ob 3 Mitarbeiter oder 3.000. 5 Schritte wie Sie mit Ihrem Unternehmen erfolgreicher werden als Ihre Mitbewerber:

Die Analyse: Gemeinsam ermitteln wir die Stärken Ihres Unternehmens - welche Wünsche und Bedürfnisse Ihre Kunden haben und finden so Ihr(e) Alleinstellungsmerkmal(e).

Das Konzept: Hier definieren wir, wie wir mit geringstmöglichem Kapitaleinsatz die bestmögliche Kundenansprache und damit den größtmöglichen Erfolg erzielen.

Die Planung: Gemeinsam erstellen wir einen Mediaplan. Hier legen wir detailliert fest, wann, wo und wie welche Maßnahmen durchgeführt werden.

Die Umsetzung: Grafische und/oder digitale Arbeiten, aktive Pressearbeit, aktives Empfehlungsmarketing, Ausbau der Netzwerke und vieles mehr - alles inclusive.

Die Betreuung: Ihr Marketing und ihre Werbung liegt jetzt in professionellen Händen - Sie können Ihren Erfolg genießen und sich beruhigt um Ihr Tagesgeschäft kümmern.

Diese Maßnahmen führen unweigerlich zu geschäftlichem Erfolg - das bestätigen uns unsere Kunden jeden Tag!

---

News-ID: 625309 • Views: 487 (Stand: 25.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/625309/empathie-agentur-meets-Main-Post.html>