

*Мегабизнес*  
**Ольга МАРТЕНС,**  
генеральный директор  
**ЗАО «МаВи групп»:**

МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ



Медиа Менеджер России  
2013  
Ольга Мартенс  
Генеральный директор, основатель  
и глава холдинга «МаВи Групп»  
ПОЖЕЛОВАНИЕ ЗА СОЦИАЛЬНУЮ  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МЕДИАБИЗНЕСА  
за вклад в формирование и развитие медиа-отрасли  
и повышение качества жизни граждан  
в регионах страны

# «МНЕНИЯ МОГУТ БЫТЬ РАЗНЫЕ, НО ПРАВДА ЛЕЖИТ ПОСЕРЕДИНЕ»

**М**oskauer Deutsche Zeitung (Московская немецкая газета) была основана в 1870 году. С началом Первой мировой войны в 1914 году газета прекратила свое существование. И только в 1998 году, благодаря инициативе Международного союза немецкой культуры, Московская немецкая газета вновь стала регулярно выходить. Она издается на русском и немецком языках. Со временем потребность российской аудитории в качественных изданиях на немецком языке возросла настолько, что ее руководством был создан холдинг «МаВи групп». Сейчас он, помимо издательской деятельности, занимается консалтингом, зарубежной недвижимостью и туризмом. Кроме того, холдинг видит одной из основных своих задач и социальную. О том, какую именно, читайте в интервью Ольги МАРТЕНС, генерального директора ЗАО «МаВи групп», лауреата премии «Медиа-менеджер России – 2013».

— Каковы характеристики Вашего издания? Чем Moskauer Deutsche Zeitung отличается от других газет Вашего сегмента?

— Считается, что у изданий, подобных нашему, узкая целевая ниша и постоянная аудитория, что помогает при реализации маркетинговых задач. Но у нас так не получается. У Moskauer Deutsche Zeitung есть пять целевых групп, между которыми нам приходится лавировать. В первую очередь, это экспаты, которые находятся по большей части в Москве, дипломаты, политики и бизнесмены. Мы на хорошем счету у германских посольств в странах СНГ. Нас читает весь политический бомонд, который играет роль в российско-германских отношениях. Вторую группу составляют студенты, изучающие немецкий язык. Третья – это учителя немецкого языка: они находятся по всей России и специально подписываются на наши издания. Четвертая группа – это туристы, приезжающие в Россию: газета встречает их сразу на борту самолетов Аэрофлота. И последняя по счету, но не по значимости целевая группа – это российские немцы, представителями которой газета и была восстановлена изначально. Редакция старается удовлетворить интересы всей нашей аудитории, и пока это у нас получается.

## PROFILE

**МАРТЕНС Ольга**

- ☞ **Отрасль:** печатные СМИ
- ☞ **Место работы:** ЗАО «МаВи групп»
- ☞ **Должность:** Генеральный директор
- ☞ **Опыт работы:** 2005 г. – ЗАО «Мартенс. Издательство и консалтинг», заместитель генерального директора;
- ☞ С 2005 г. по настоящее время – ЗАО «МаВи групп», генеральный директор;
- ☞ С 2009 г. по настоящее время – заместитель председателя АОО «Международный союз немецкой культуры»
- ☞ **Образование:** Кокчетавский педагогический институт им. Ч.Ч. Валиханова, учитель немецкого языка и литературы
- ☞ **Семья:** замужем
- ☞ **Город:** Москва
- ☞ **Дата рождения:** 12.09.1969

— Кто работает в том же сегменте, что и Вы?

— Если говорить о российской прессе, то больше никто: на немецком языке выходим только мы. Раньше здесь было много представительств крупных немецких издательств и

газет, таких как «Франкфуртер Альгемайне» или «Хандельсблатт». Но в прошлом году все они закрыли свои московские офисы. Это, несомненно, повышает шансы нашего издания, но, на мой взгляд, все же это скорее печальное событие: если журналист находится в стране, он видит реальную картину происходящих в ней событий. Теперь же, по всей видимости, Россия не представляет для немецких изданий прежнего интереса, и не является больше приоритетным направлением в освещении зарубежных событий.

— Может быть, это связано с экономическими факторами: содержать российские представительства могло быть дорого?

— Здесь дело не только в финансах. Видимо, Россия вышла из фокуса первоочередных интересов Германии. Поэтому издатели и приняли решение отозвать своих корреспондентов.

Но Moskauer Deutsche Zeitung нельзя сравнивать с другими немецкими газетами. Это издание с большой историей, изначально созданная московскими немцами в 19 веке. У него есть собственная историческая традиция, которая связана только с Россией. Сегодня в нашей редакции работают и немцы,

которые прошли европейскую школу журналистики, и россияне, со своей. У них абсолютно разные подходы к освещению тех или иных событий. В этом и заключается интрига, присущая нашей газете.

— **Газета находится на самоокупаемости?**

— Когда в 1998 году мы приняли решение о том, чтобы восстановить Moskauer Deutsche Zeitung, никто из нас не имел даже малейшего представления о том, как финансируются печатные издания. И это хорошо: зная всю сложность газетно-издательского бизнеса, мы бы не осмелились осуществить подобный проект. Но мы вошли в этот бизнес с легкостью — без страха, именно поэтому нам многое удалось.

— **Какова система распространения газеты?**

— Сама по себе она бесплатная, распространяется в аэропортах, бизнес-центрах. У нас порядка 3000 подписчиков в России, Германии, Австрии и в других странах Европы. Там газеты могут жить только за счет подписки, но в России ее стоимость ничтожна по сравнению с тем, сколько стоит производство газеты, подобной нашей. При этом общий тираж — 25 тысяч экземпляров.

Издание выпускается два раза в месяц. Часть тиража распространяют курьерские службы, а часть доставляет Почта России. Причем в Германии доставка работает безупречно. Сейчас мы думаем над тем, чтобы часть тиража печатать именно там: нам это было бы намного дешевле.

— **Что приносит изданию основной доход?**

— Финансирование происходит за счет рекламы: у нас хороший пул собственных рекламодателей. Европейские бизнесмены читают и размещают у нас свои объявления. Но основной рекламный доход нам дают российские представительства германских фирм. Достойные рекламодатели — это и германские консалтинго-

вые компании. Им выгодно как давать рекламные объявления, так и вести у нас самостоятельные рубрики. Причем, как правило, речь идет о компаниях с мировым именем.

#### PROFILE

☞ **Название компании:**

ЗАО «МаВи групп»

☞ **Дата основания:** 17.02.2003

☞ **Направленность:** издательская деятельность, образовательный туризм, зарубежная недвижимость, консалтинг

☞ **Слоган:** Немецкий — это просто с MAWI GROUP!

☞ **Количество сотрудников:** 30

☞ **Успехи:** создание специализированного издательства, которое сопровождает жизнедеятельность сообщества российских немцев, освещает российско-германские отношения, обеспечивает расширение возможностей изучения немецкого языка на территории всей страны. Открыли новое направление, связанное с изучением немецкого языка — образовательный туризм.

— **А какие дополнительные расходы требуются для создания газеты, подобной Moskauer Deutsche Zeitung?**

— Так как она издается на немецком языке, в ней работают иностранные специалисты из Германии. Дело в том, что журналистский немецкий язык отличается от обычного. И писать на нем могут только люди, для которых немецкий — родной язык. Именно они дают нам хорошую журналистскую немецкую речь. Поэтому мы вынуждены постоянно получать разрешения на работу иностранных граждан и оплачивать дополнительные пошлины. Кроме того, этим сотрудникам нужно платить заработную плату, которая соответствует представлению европейского журналиста о вознаграждении за свою работу.

— **У Вас нестандартная для российских СМИ аудитория. Что она любит читать, с каким аспектом нужно подавать ей информацию? Наверняка она ищет у Вас то, чего нет в других источниках информации.**

— Мы освещаем темы взаимодействия наших стран во всех сферах — от экономической до социальной, жизнь российских немцев здесь, и тех соотечественников, которые переселились в Германию. За 15 лет редакция выработала собственную позицию при подаче информации. В результате редакция получает множество писем от людей, посетивших Россию. Они благодарят нас за взвешенную оценку событий, которые происходят в сфере российско-германских взаимоотношений. Мы стали центральной газетой российских немцев, разбросанных по всей стране.

Газета двуязычная: восемь полос выходят на русском и шестнадцать полос — на немецком языке. Вторая часть рассказывает о событиях, интересных немецкому читателю, обо всем, что происходит в России и в сфере взаимоотношений двух стран. Российская часть — наоборот, информирует о жизни немцев в России и о российском комьюнити в Германии. Она также рассказывает им о происходящем в стране. То есть, немецкая часть рассказывает о России, а российская — о Германии.

Мы уже заметили, что, как правило, в других немецких СМИ российские события показаны с большим гротеском, с нарочито негативным оттенком. К сожалению, в том числе об Олимпиаде. Мы же описываем ее события по-другому. Moskauer Deutsche Zeitung придерживается аналитического подхода в освещении всего, что происходит между Россией и Германией. Конечно, это снижает эмоциональность подачи материалов, но дает возможность нашему читателю сопоставлять, сомневаться,

вырабатывать свое мнение. Этот принцип использовался нами, когда мы писали о ситуации вокруг Pussy Riot, о критике Ангелы Меркель и освобождении Михаила Ходорковского. У нас очень взвешенная позиция, но именно за это нас любят читатели. При этом иногда германские бизнесмены считают нас недостаточно критичными по отношению к России, в то время как российские дипломаты и политики – недостаточно лояльными к ней. Мнения о нас могут быть разные, но правда лежит посередине.

– **Ваши журналисты поехали на Олимпиаду в Сочи?**

– Да, и наша газета распространяется в интерактивном павильоне Volkswagen, генерального партнера Игр в Сочи.

– **Правительство готово выделять большие бюджеты СМИ на то, чтобы те представили Россию за границей в положительном свете. Тем более, что зарубежным бизнесменам и инвесторам не хватает достоверной информации о нашей стране. Есть ли рецепт, как наиболее эффективно потратить эти средства, и можно ли исправить ситуацию в принципе?**

– Между положительным и достоверным нет знака равенства. Правительство России уже уделяло вопросу создания положительного имиджа страны много внимания и выделяло много средств. Например, специально для вкладки российских новостей выкупались полосы у «Зюддойче Цайтунг», газеты с очень большим тиражом и широкой читательской аудиторией в Германии. Иногда для этой вкладки запрашивали публикации и у нас. Наша редакция относится к этому неоднозначно, считая это слишком явной популяризацией России. Я же считаю нормальным делиться публикациями подобным образом. Но могу также сказать, что деньги, выделяемые государственным бюджетом РФ средствам массовой информации, для них не благо. Точнее, сложно работать с теми

инстанциями, которые их выделяют. Мы, например, в титуле заявлены как независимая газета, и очень дорожим этим статусом.

– **Какие еще темы любят Ваши читатели?**

– Мы освещаем языковую ситуацию 170 народов, проживающих в Российской Федерации. Ее нельзя сравнить с тем, что есть в Германии, где проживает всего четыре народности. Так мы выполняем нашу просвещенческую миссию и стараемся заполнить пробел знаний, который есть у европейского читателя. С публикациями на тему взаимодействия между народами три наших издания уже вошли в финал конкурса «СМИротворец».

**PROFILE**

- ☞ **Название СМИ:** Moskauer Deutsche Zeitung/Московская Немецкая Газета
- ☞ **Дата основания:** 12.04.1998
- ☞ **Направленность:** политика, экономика, культура
- ☞ **Слоган:** bber Russland aus Russland (о России из России)
- ☞ **Количество сотрудников:** 12
- ☞ **Аудитория:** около 100 тыс. чел
- ☞ **Целевая аудитория:** экспаты, российские немцы, учителя, студенты, все интересующиеся немецким языком и немецкой культурой, туристы
- ☞ **Распространение:** аэропорты, бизнес центры, отели, кафе, рестораны, общественные организации, немецкие фирмы, администрации городов, консульства Германии
- ☞ **Способы монетизации:** реклама (принт, онлайн), подписка

– **Сколько человек работает над изданием?**

– В штате газеты у нас работает пять редакторов. Среди авторов у нас есть россияне, которые сейчас живут в Германии, и немцы, получившие работу в России.

– **Какие еще издания у Вас есть?**

– Мы позиционируем «МаВи групп» как специализированное издательство для любых сфер и нужд, связанных с немецким языком. Сначала делали тематические вкладки в газету, но со временем перешли к выпуску специализированных изданий. Тогда мы зарегистрировали журнал «Бизнес в России», предназначенный для европейского сообщества. Он освещает особенности ведения бизнеса иностранцами в нашей стране. Есть свое издание для учителей немецкого языка. Также мы выпускаем периодические журналы для детей, студентов и молодежи, изучающей немецкий язык.

– **Что Вы посчитали бы итогом своей деятельности?**

– Итог только в цифрах и финансовых показателях для меня был бы скучен. Ну, разве что, чтобы 2 897 000 владеющих немецким языком россиян стали читателями нашей газеты. Важно, чтобы пришло понимание: нельзя так безнаказанно играть на теме прошедших войн и оскорблять чувства народов. К сожалению, медийная и политическая сфера современной России полна военной тематики. Когда в Санкт-Петербурге политики распорядились на время празднования снятия блокады снять все немецкие вывески, это выглядело странно. Подобные спекуляции негативно отражаются в умах людей и искажают смыслы происходящего. Деятельность газеты направлена на то, чтобы наши народы научились говорить на языке солидарности и примирения.

– **Каковы Ваши планы на этот год?**

– 2014-й объявлен годом немецкого языка в России и годом русского языка в Германии. И наша газета активно вовлечена в процессы их популяризации. Кроме того, в этом году у меня много мероприятий, связанных с моей деятельностью в Европейском союзе по взаимодействию национальных меньшинств. Мы продолжим работу по защите прав языковых меньшинств в Европе. И, конечно, газета будет ее освещать.