

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ



Михаил ВАЙСБАНД:

ЖУРНАЛ «ПАРТНЕР» –
УСПЕШНЫЙ ПАРАДОКС ЭМИГРАЦИИ!

Интервью читайте на стр. 40

Германии требуется
165 000 иностранцев.
В основном инженеров.

Читайте на стр. 8

Авторы и изобретатели!
Знайте свои права.
И в Интернете тоже!

Читайте на стр. 32

Импортировать можно.
Только по закону.
И не всё.

Читайте на стр. 38



4196806 804006

02

www.predprinimatel.de

НАШЕ ИНТЕРВЬЮ

Журнал «Партнер» в гостях у журнала «Предприниматель»

Наше интервью началось с того, что автор этого медийного проекта Михаил Вайсбанд показал просторные помещения недавно открывшегося нового офиса редакции журнала «Партнер» на Märkische Str. 115 в Дортмунде и познакомил меня со своими сотрудниками. Больше десятка комнат, напичканных аппаратурой, увлеченные сотрудники – все это производило впечатление...



Михаил родился в 1940 году в Москве. Сын военного, за свою жизнь он немало попутешествовал. В свое время закончил радиотехнический факультет Ленинградского института точной механики и оптики, три года работал на заводе в Риге. Потом аспирантура в Ленинградском институте метрологии, защита диссертации, научная и преподавательская работа. В общем, его прошлая жизнь ничего общего с журналистикой и издательским делом не имела.

– Михаил, как Вы рискнули начать абсолютно новое для Вас дело, не имея понятия об издательском бизнесе? Или, как говорится, как Вы дошли до такой жизни?

– Солидный опыт освоения новых задач и ориентации в малоизученных областях накопился у меня еще в СССР. Этому способствовала и научная деятельность, и освоение новых курсов в институте повышения квалификации.

Я эмигрировал в Германию в 1993 году в возрасте 53 лет. Для начала своего дела и вообще для полноценной интеграции это возраст, как Вы понимаете, запредельный. Никаких иллюзий по этому поводу у меня не было. Сначала попытался идти проторенным путем: конференции, бесплатная работа в университете, участие в разных MLM-пирамидах. Но быстро понял, что все это пути в никуда. И решил, что надо придумать какое-то полезное дело. Пусть небольшое, но нужное.

Начал с консультаций соотечественников – еще более свежих, чем я сам, иммигрантов. Поиск квартир, правила проезда на транспорте и т. п. Создал консультационный пункт в местном Русском культурном центре. Там же родились первые информационные брошюры. Потом была продажа книг и авиабилетов, позднее – продажа билетов на концерты. И в конце концов –



Заседание редакции журнала «Партнер»

издание информационного бюллетеня Русского культурного центра в Дортмунде.

Вначале видел себя исключительно в роли организатора. Но работа потребовала от меня освоения целого ряда новых профессий: сбора материалов, верстки, дизайна и т. д. Потом нашел первых рекламодателей. Через год оборот нашего « mega-издания » приблизился к 1000 марок в месяц, и я рискнул заинтесироваться своим патронам, руководителям культурного центра, – что неплохо было бы хоть немного из этих денег инвестировать в источник их поступления. Дальше, как положено, получил отказ и... через три месяца вышел первый номер журнала «Партнер», уже без участия культурного центра.

Сейчас журнал «Партнер» – одно из самых известных русскоязычных информационных изданий в Германии. Причем среди журналов – мы, пожалуй, вне конкуренции и по объему, и по тиражу, и по количеству рекламы, и, конечно, по популярности. А то, что большая часть моих коллег тоже не яв-

ляются журналистами по образованию и опыту прошлой работы, – это момент действительно интересный.

– Как к этой идее отнеслась Ваша семья?

– Мы приехали большим коллективом родственников – 11 человек. Наиболее проблемным с точки зрения своевременности эмиграции был сын Виталий. Мы его сорвали с 5 курса института. Естественно, что на освоение языка у него ушла пара лет, но в конце концов он закончил здесь институт. И сейчас мы понимаем, что это было правильное решение: после окончания института в Германии он без особых проблем нашел хорошую работу программиста. С украинским дипломом это было бы наверняка сложнее. К слову, сейчас у Виталия четверо детей.

Дочь Лена, на три года младше сына, с блеском окончила в Германии университет, получила специальность архитектора. Но найти работу ей не удалось. Через год этот вопрос перестал быть актуальным: она реализовала себя

в роли матери одного, а затем и второго чудных мальчиков.

Отвечая на Ваш вопрос, могу сказать, что семья меня, конечно, поддержала. Дочь на первых порах, пока не стала матерью, вела бухгалтерию, а сын до сих пор занимается обслуживанием компьютерного хозяйства издательства, а это сегодня около 20 компьютеров.

– А жена тоже благосклонно отнеслась к этой идее?

– К счастью, со стороны Риты возражений не было. Хотя все издательство начиналось в нашей двухкомнатной квартире. И одного компьютера сразу стало мало, пришлось покупать еще два, один из которых – «Макинтош», машина немаленькая. А когда в квартиру набивалось несколько человек, и, бывало, на десятки часов, и всех их надо было поить, кормить, то, конечно, ситуация даже для радушной хозяйки была не самая комфортная. Но Рита все это мужественно вынесла, и я не помню каких-либо трений по этому поводу. Лишь через три года мы созрели для того, чтобы арендовать отдельный 4-комнатный офис.

Рита тоже участвует в деле. В частности, ее прерогатива – разбор поступающей корреспонденции.

Сейчас журнал «Партнер» – одно из самых известных русскоязычных информационных изданий в Германии. Причем среди журналов – мы, пожалуй, вне конкуренции и по объему, и по тиражу, и по количеству рекламы, и, конечно, по популярности.

Раньше это было порядка 100 писем в день: подписька, объявления, официальная информация, статьи, письма читателей, переписка с ведомствами и т. п. Сейчас мы значительно упростили ряд технологических операций, что уменьшило количество писем. Но все равно в среднем это до пятидесяти писем в день – нагрузка приличная.

Второе направление ее деятельности – работа в театральной кассе при издательстве.

– Вы начинали в 1997 году?

– Да. В сентябре 2007 г. мы отпраздновали десятилетие нашего основного издания. На стенах нового офиса среди прочих реликвий мы разместили старые номера «Партнера». Из этой экспозиции хорошо видна динамика развития издания: от первых черно-белых шестнадцатистраничных номеров до современного полноцветного издания объемом 116 страниц и тиражом 20 тысяч экземпляров.

– Михаил, если не ошибаюсь, мы начинали с Вами почти вместе?

– Нет, Владимир. Вы на старте были первым. Помню, как на втором или на третьем году жизни в Германии я наткнулся на Ваше объявление от *Neue Zeiten* типа: «Давайте объединяться!..», – и подумал про себя: вот, есть же люди, которые уже что-то делают... Позже я стал членом Клуба NZ, а в первую десятку информационных брошюр Клуба вошли пять брошюр, подготовленных мной.

– Что, на Ваш взгляд, самое ценное из того, что удалось достичь за прошедшие 10 лет?

– Я думаю, что самым весомым являются все-таки не прямые результаты нашей деятельности – журналы издастельства, а та команда, которая это сделала, и некоторые принципы, на которые мы опирались и которые позволили добиться этих результатов.

Издательство обладает сейчас сильной командой единомышленников, хорошо подготовленных профессионально, мотивированных и действующих творчески каждый в своей области. Это относится и к рекламной группе, и к дизайнерам, и к сотрудникам бухгалтерии, и к программистам.

Особо хочется отметить Бориса Вайнблата, который возглавляет работу по подбору материалов, их редактированию и работе с авторами. Он

был у истоков журнала с самого начала, и ему в наибольшей степени свойственна, с одной стороны, инициатива и способность к серьезным постановкам, а с другой – готовность взять на себя самую трудную часть решения задачи.

Говоря о команде, я хочу подчеркнуть командный стиль работы коллектива сотрудников, коллегиальность принятия решений – то, что позволяет рассчитывать на успешное развитие и в будущем.

Что касается наших принципов, то в первую очередь здесь надо назвать стремление быть полезным выбранной целевой группе: иммигрантам и переселенцам – выходцам из бывшего СССР. Это наша путеводная звезда, позволяющая ориентироваться в конкретных динамично изменяющихся условиях.

Другим принципом является уважение к стране, которая нас приняла. Нельзя успешно интегрироваться в новом обществе, если не знать историю страны, ее обычаи, менталитет народа, не ознакомиться с многочисленными достопримечательностями. Кстати, все в большей степени мы

приобщаемся к системе европейских ценностей, ощущая себя жителями не только Германии, но и Европейского сообщества.

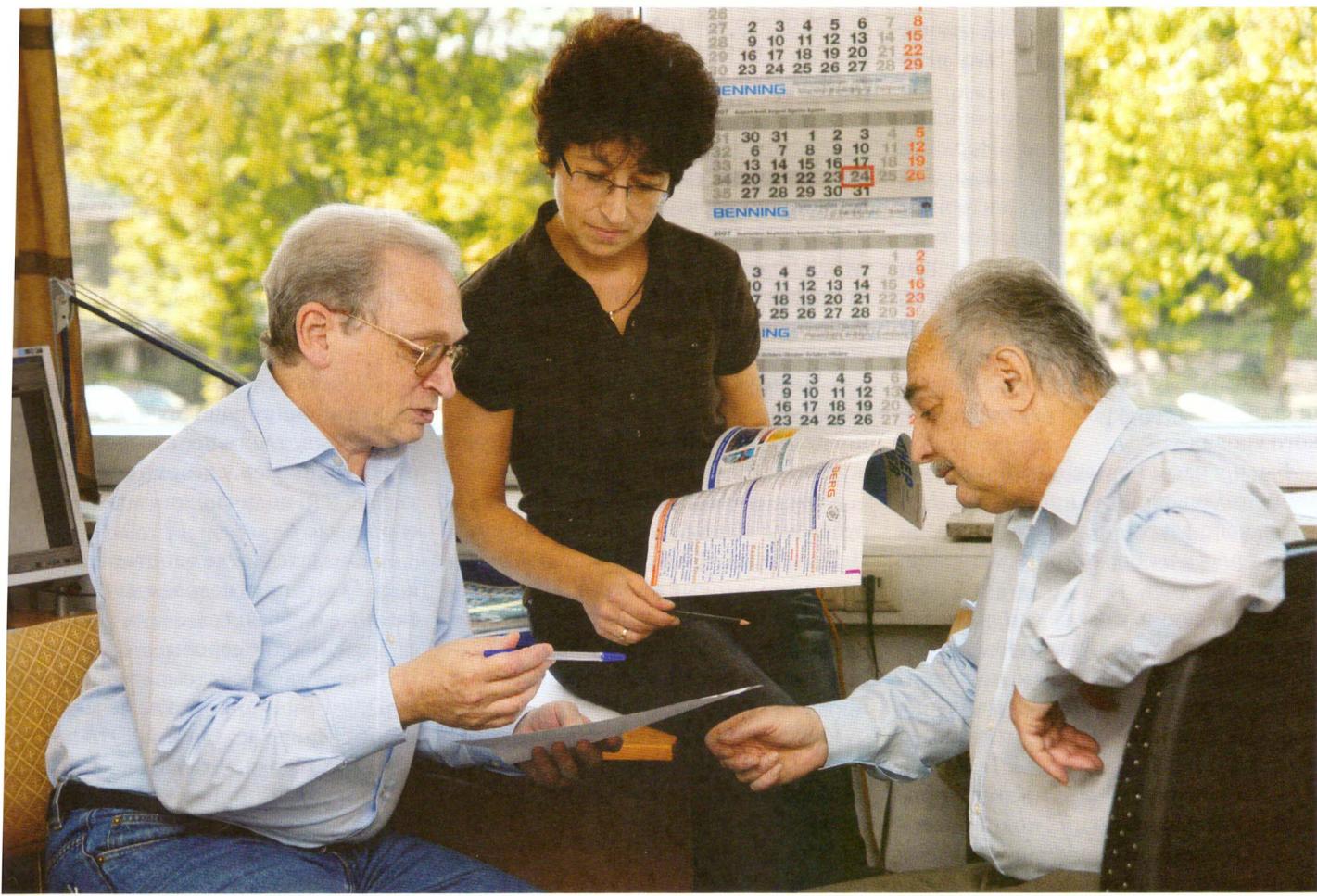
За годы существования «Партнера» изменилась мотивационная концепция всего проекта. Если на ранних стадиях мы ставили перед собой задачу преимущественно информирования наших читателей, то сейчас мы стараемся не только отражать ситуацию, но по возможности активно на нее влиять, формулируя проблемы и рассматривая возможные пути их решения. Кстати, с нами сотрудничают свыше 100 авторов. Уровень этих авторов, их компетенция – это истинное наше богатство, залог многих наших успехов.

Наконец, важнейшим нашим «ноу-хау» является принцип: каждый номер журнала должен быть пусть небольшим, но шагом вперед.

Начиная нашу деятельность, мы и не мечтали о том, что имеем сегодня. Ведь у нас по большому счету не было ни стартового капитала, ни опыта работы в избранной области – всего того, что, как считается, является залогом успешного бизнеса. Зато была

Отправка очередного тиража журнала подписчикам





Сотрудники отдела рекламы издательства «Партнер»

Я думаю, что самым весомым являются все-таки не прямые результаты нашей деятельности – журналы издательства, а та команда, которая это сделала, и некоторые принципы, на которые мы опирались и которые позволили добиться этих результатов.

хорошая команда, готовность много, очень много работать и упомянутый принцип.

– И к чему Вы пришли? Каков сейчас оборот фирмы?

– Подобные цифры обычно не афишируются. Я назову другую: каждые два года мы увеличиваем наш оборот примерно вдвое. И еще одно важное достижение: мы комфортно чувствуем себя на свободном рынке Германии, отработав основные технологические цепочки до профессионального уровня. Мы оснащены самой современной техникой, организация работ базируется на многочисленных банках данных, которые разработаны преимущественно нашими сотрудниками.

Основным источником нашего дохода является реклама, размещенная в журналах. С рекламодателями у нас постоянно работают четыре сотрудника, три дизайнера занимаются оформлением рекламы и прочей дизайнер-

ской продукции – флаеров, плакатов, визиток и т. д.

В издании примерно 40 % рекламы. И рост объема журнала определяется в основном этой составляющей: ростом числа рекламодателей. Кстати, порой мы слышим жалобы, что в журнале слишком много рекламы. Однако большинство наших читателей относится к ней как к важному информационному компоненту журнала.

Весомую часть дохода приносят подписчики, число которых приблизилось к десяти тысячам.

Наряду с издательской деятельностью мы занимаемся целым рядом других видов деятельности, которые опираются на популярное издание. Наряду с упомянутыми уже театральной кассой и дизайн-бюро при нас функционирует мощный интернет-портал www.partner-inform.de, а также сервисный центр, осуществляющий подготовку документов для консульских учреждений России и Украины.

В последние годы издательство активно участвует в целом ряде проектов, которые превратились для нас в важный источник финансирования. Совместно с Интеграционным центром Partner e. V. мы выполняем несколько интеграционных проектов. С этого года мы стали участниками европейского проекта Light по двуязычному воспитанию детей.

– Как Вы оцениваете нынешнюю ситуацию на русскоязычном информационном рынке Германии? Есть ли у Вас сейчас конкуренты в Германии?

– Есть, конечно. Несколько изданий работают в близком к нам направлении. Но мы считаем, что русскоязычного рынка хватит на всех. А здоровая конкуренция, как известно, только повышает качество конечного продукта. Нам повезло, что мы находимся в самой густонаселенной земле Германии – Северном Рейне-Вестфалии, и что мы начинали раньше многих других. Было, правда, в нашей земле несколько вполне приличных изданий, которые родились раньше нас, что не помешало им умереть, не выдержав конкуренции.

– Что представляет собой сейчас издательство «Партнер»? Это ведь не только сам журнал?

– Сейчас у нас три основных издания: «Партнер», «Партнер-Норд» и «Зарубежные записки». У каждого из наших изданий есть свой интернет-сайт. Кстати, «Партнер-Норд» – это, по сути, франшиза. Редакция этого журнала находится в Ганновере и Гамбурге. Мы передали технологию, свою марку и подпитываем издание публикациями и рекламой. Журнал «Зарубежные записки» – литературное издание высокого уровня.

Были у нас и неудачи, например издание телевизионной программы. Мы ее недавно закрыли, а все освободившиеся ресурсы бросили на интернет-проекты.

При редакции, как уже отмечалось, у нас работает также пункт продажи билетов на культурно-массовые мероприятия и сервисный центр, связанный с консульствами России в Германии.

– Вы упомянули об интернет-проектах. Расскажите о них подробнее.

– Известно, что интернет-издания не нуждаются ни в значительных начальных вложениях, ни в больших средствах для дальнейшего их функционирования. Разработку интернет-проектов мы ведем на профессиональной основе, привлекаем квалифицированных специалистов. И вот результат: сейчас посещаемость нашего сайта дошла до 50–60 тысяч посещений в месяц. Согласитесь, что для серьезного информационного издания это немало. Есть и такой показатель, как глубина «пролистывания». Для нашего сайта этот показатель равен пяти. Это тоже весьма обнадеживает: то есть сайт посещают люди не случайные, а ищущие информацию. И им интересно задержаться на сайте подольше.

А чего стоит, например, наш интернет-каталог фирм, где зарегистрированы свыше 3000 фирм. Но дело даже не в их количестве, а в регулярной актуализации информации. Так вот, мы вкладываем в эту актуализацию немалые, по нашим меркам, средства. Каждый месяц примерно третья имеющейся у нас информации актуализируется.

Кстати, совсем недавно этот сайт начал не только потреблять финансовые ресурсы, но и кое-что возвращать. Это пока немного, но производная положительная. Приток идет благодаря взно-

Работать в Германии в условиях конкуренции интересно, хотя, впрочем, и весьма рискованно. Но все минусы перекрываются главным преимуществом: ЗДЕСЬ тебе государство не мешает работать, а ТАМ – постоянно мешало.

сам самих фигурантов базы данных и за счет баннеров.

Еще раз повторяю: деньги еще не очень большие, но для нас на данном этапе важна тенденция. А вот тенденция – явно позитивная.

– Не являются ли «Зарубежные записки» продолжением весьма успешного, но «безвременно погибшего» журнала «Родная речь»?

– Ни в коем случае! Концепция «Зарубежных записок» существенно иная. Наш главный критерий – самый высокий литературный уровень. И доля авторов из Германии существенно ниже, чем в «Родной речи». Конечно, некоторые авторы оттуда «перетекли» к нам, но только по нашему выбору.

Интересно, что наш литературный журнал был создан при активном участии тогдашнего российского генконсула в Германии г-на Геродеса – человека, искренне радевшего за русскую культуру. Кстати, «Зарубежные записки» – одно из немногих зарубежных изданий, которые размещены на российском сайте «Журнальный зал». Это тот интернет-портал, на котором представлены 25–30 лучших русскоязычных журналов.

Недавно мы выдвинули одного из наших авторов Юрия Малецкого на Букеровскую премию. Там первоначально было 80 претендентов. Потом отобрали 30 лучших. А потом свели число конкурсантов до 6. Так вот, наш автор прошел первые два тура и вошел в шестерку претендентов. До премии чуть-чуть не дошел, но процесс успешного прохождения различных отборочных туров говорит сам за себя. Ведь мы конкурировали с лучшими изданиями русскоязычного журнального сообщества: там были и «Новый мир», и другие авторитетные журналы.

В коммерческом плане этот журнал прибыли нам не приносит, точнее, приносит убытки, но в целом это сильный, по нашему мнению, ход. Да и имидж не всегда можно измерить деньгами.

В связи с этим возникает один достаточно общий вопрос: вопрос о спонсорстве. Ведь многие из русскоязычных предпринимателей уже достигли той планки, при которой вполне могут выступать спонсорами тех или иных

культурных проектов. Но ничего подобного почему-то не наблюдается. А мы – далеко не самая «крутая» коммерческая структура – являемся спонсорами этого издания. Как-то это несправедливо...

– Расскажите, пожалуйста, немнogo о вашей производственной кухне. Как и за счет чего все это функционирует? Например, сколько в издательстве людей, получающих хотя бы один евро в час ?

– В издательстве работают 15 человек. Из них пять человек на ставке, остальные на «базисе».

Есть и «одноевровые» сотрудники. На мой взгляд, система мероприятий Ein-Euro-Job – просто замечательное изобретение государства. Это и правда дает возможность людям не забыть сам трудовой процесс. Мы регулярно подаем заявки в Агентство по труду-устройству и получаем оттуда предложения по персоналиям. А с некоторых пор к нам даже выстроилась очередь на трудоустройство! И это потому, что мы даем возможность людям проявить свои творческие возможности. И многим это очень нравится.

– Языковые проблемы не мешают?

– Серьезных проблем нет. Конечно, знания языка не хватает, но если и возникают трудности, то рядом работают люди, которые всегда и квалифицированно мне помогают.

Работать в Германии в условиях конкуренции интересно, хотя, впрочем, и весьма рискованно. Но все минусы перекрываются главным преимуществом: ЗДЕСЬ тебе государство не мешает работать, а ТАМ – постоянно мешало.

– Понятно, что в успехе такого большого проекта значительную роль играет личность. То есть Вы. Что из черт этой личности – извините, что в третьем лице, – Вы выделили бы как главное при реализации проекта «Партнер»?

– Во-первых, это способность сгруппировать вокруг себя очень сильную команду. Во-вторых, я по жизни всегда шел непроторенными путями, мне всегда претило повторение,

обычно больше похожее на неудачную пародию. Кстати, мы слышим немало комплиментов не только из Германии, но и от издателей других стран. Например, в США подобного издания нет. В-третьих, это системное мышление, которое свойственно и мне, и нашим ведущим сотрудникам. Такое мышление – могучий инструмент любого бизнеса.

– Не является ли любой издательский проект типа журнала «Партнер» тупиковым по существу из-за постепенного размывания русскоязычной diáspоры Германии?

– Нет, мы так не считаем. Да, против нас играют такие факторы, как резкое сокращение притока в Германию русскоязычного населения и уменьшающийся интерес к русской культуре ранее прибывших иммигрантов. Усиливается и конкуренция русскоязычных средств массовой информации: увеличивается число русскоязычных изданий и их качество, ведь растем не только мы, но и наши конкуренты.

С другой стороны, русскоязычная diáspora в Германии – самая многочисленная в Европе. По мере достаточно успешной интеграции наших соотечественников растут их финансовые возможности, опережающими темпами развивается в этой среде предпринимательство. Так что оснований для пессимизма нет. Просто пресса должна меньшее внимание уделять той тематике, которая была актуальна на первых этапах нашей иммиграции, и активно выявлять и освещать новые проблемы, стоящие перед нашим сообществом. А этих проблем хватает.

– Михаил, каков Ваш стратегический интерес в публикации этого интервью в журнале «Предприниматель»? Что Вы ожидаете от наших читателей?

– Одним из важных мотивационных моментов является привлечение новых рекламодателей. Мы более десяти лет на рынке Германии, и все эти годы публикуем рекламу. Мы гордимся тем, что многие предприниматели со-

трудничают с нами помногу лет. Ваши читатели – люди бизнеса, следовательно, прекрасно понимают, что вложение средств в рекламу – дело выгодное.

Во-вторых – мы заинтересованы привлечь спонсоров и меценатов для поддержки нашего важнейшего культурного начинания – журнала «Зарубежные записки». Кстати, мы и сами поддерживаем многие общественные инициативы. Среди них – русские культурные центры и молодежные объединения, детские школы и детские сады, театральные коллективы и оркестры.

Хочется надеяться, что и среди наших русских предпринимателей найдутся меценаты и спонсоры, готовые поддержать перспективные культурные инициативы. И пусть спонсоры не сомневаются – их благородная деятельность найдет свое отражение на страницах «Партнера», а названия их фирм станут известны всей русскоязычной Германии.

Интервью брал Владимир Искин

