

Ehemaliger Polar-Film-Chef führt Mattscheibe Media weiter

„Qualifizierte Unterhaltung“

Essen – Nach dem Verkauf seiner Anteile von Polar Film an SchröderMedia übernahm Johannes Haneke nun das Label Mattscheibe Media. In *VideoMarkt* spricht er über die künftige Ausrichtung der Firma.

Vielen in der Videobranche wird Johannes Haneke ein Begriff sein. 1996 gründete er mit Karl Höffkes Polar Film + Medien und baute die Firma zum Marktführer im Segment Zeitgeschichte aus. Im vergangenen Jahr verkaufte er „den kleinen Edelstein“ mit Endkundenkontakten und eigenem Lager an SchröderMedia. „Auch aus familiären Gründen“, wie Johannes Haneke im Gespräch mit *VideoMarkt* bestätigt. Nun hat er ein neues Betätigungsfeld. Im Mai erfolgte die Übernahme von Mattscheibe Media. Der Firma war Johannes Haneke „schon vorher sehr verbunden“. So lief etwa die Versandlogistik von Mattscheibe Media über Polar Film. Die ehemalige Geschäftsführerin Gaby Allendorf, unter anderem Managerin von Stefan Raab, habe die Übernahme angeboten, weil sie mit ihren bisherigen Tätigkeiten voll ausgelastet sei.

Künstler wie Wigald Boning, Barbara Eligmann und Bernhard Hoecker, aber auch die Big-Band der Bundeswehr stehen bei Mattscheibe Media unter Vertrag. Zum Portfolio gehören etwa 30 Produkte, überwiegend Hörbücher und DVDs. Das Label soll weiterhin „qualifizierte Unterhaltung“ bieten. „Wir werden uns auf Nischenprodukte aus den Bereichen Kunst und Kultur konzentrieren. Hinzu kommen regionale Themen aus dem Ruhrgebiet“, erklärt Johannes Haneke. So sei eine DVD-Reihe mit

Filmen aus dem und über das Ruhrgebiet geplant. Im Herbst soll in Kooperation mit Film 101 „Was man sieht und was man nicht sieht“ von Martin Walser aus dem Jahr 1969 auf DVD erscheinen. Darüber hinaus sollen Aufklärungs- und Informa-



tionsfilme zu aktuellen Themen wie Klima, Euro und Energie folgen. Einige davon produziert Johannes Haneke, ebenfalls Filmemacher, selbst. Themen aus dem Bereich Zeitgeschichte will er aber an Polar Film weiterreichen: „Es soll weder eine Konkurrenzsituation noch eine Verwässerung der Portfolios entstehen.“ Für weitere Veröffentlichungen im TV-Segment befindet sich der 50-Jährige derzeit in Verhandlungen. Dafür greift er auf sein jahrelang

aufgebautes Netzwerk zu Fernsehsendern und Produktionsfirmen zurück. Bis Jahresende sollen insgesamt zwischen fünf und zehn neue Produkte erscheinen.

Das Personal von Mattscheibe Media bleibt überschaubar. Johannes Haneke agiert als Leiter Produktion und Vertrieb. Seine Ehefrau, die Juristin Alexandra Haneke, küm-

mert sich als Geschäftsführerin um die Formalitäten.

Einige bisher veröffentlichte DVDs aus dem Hause Mattscheibe Media

Für alle anderen Aufgaben arbeitet das Team mit Freelancern zusammen und sucht nach Allianzen. Phy-

sich hergestellt werden die Produkte von optimal media production. „Den Vertrieb organisieren wir selbst, kooperieren aber auch mit Partnern und vergeben Vertriebslizenzen“, erläutert der Mattscheibe-Chef. So übernimmt Zebralution die digitale Distribution. Beim physischen Vertrieb bestehen die Beziehungen zu Händlern bereits aus der Zeit vor der Firmenübernahme. Die meisten Produkte fließen über Amazon.de sowie andere E-Commerce- und Kataloganbieter ab. Für Umsatz sorgen etwa Spezialaktionen mit Reader's Digest, Mail: Order:Kaiser sowie Rhenania-Versand. Buchhandlungen können die Mattscheibe-Themen über Barsortimenter wie KNV und Libri beziehen. Weitere Vertriebspartner sind Zeitungen mit Buchdiensten. „Die Produkte, die wir entwickeln, sprechen eine sehr spezielle, intellektuelle Zielgruppe an“, erklärt Johannes Haneke. Dabei sucht er sich „nette, kleine Nischen heraus“, von denen er weiß, „dass es eine Klientel gibt, die sich dafür interessiert“. „Letztlich ist Mattscheibe Media eine Firma, die in erster Linie für die Umsetzung meiner Ideen gedacht ist“, betont er. „Das Unternehmen soll sich wirtschaftlich tragen und für alle Beteiligten erfolgreich sein.“ hm



Alexandra und Johannes Haneke in ihrem Schnittraum