

GRUNER + JAHR

GRUNER + JAHR

Europas größter Zeitschriftenverlag stellt sich vor

Dr. Jürgen Althans

Universität zu Köln
11. Januar 2004

Eckdaten Gruner + Jahr

Gruner + Jahr...

- ...verlegt 125 Zeitschriften und Zeitungen sowie dazugehörige Online-Angebote in 10 Ländern auf 3 Kontinenten
- ...hat mehr als 11.000 Mitarbeiter
- ...und erzielte 2003 ca. 2,5 Mrd. Euro Umsatz

Gruner + Jahr International

Quelle: G+J

Das Gruner + Jahr - Zeitschriftenportfolio im Ausland

Quelle: G+J

Zeitschriften Portfolio im Inland nach Segmenten

Aktuelles	Wirtschaft	Populäre Wissenschaften	Reisen	Frauen	People	Eltern	Living	Kultur	Kunden z.B.

Quelle: G+J

Struktur einer Verlagsgruppe

```

    graph TD
      VG[Verlagsgeschäftsführer] --> C[Chefredakteur]
      VG --> V[Verlagsleiter]
      V --> P[Projektleiter]
      P --> V1[Vertriebsleiter]
      P --> A[Anzeigenleiter]
      P --> M[Marketingleiter]
      P --> L1[Leiter Pressearbeit/Public Relations]
      P --> H[Herstellingleiter]
      P --> O[Leiter Online]
      C --- C1[Politik und Wirtschaft]
      C --- C2[Deutschland aktuell]
      C --- C3[Ausland]
      C --- C4[Wissenschaft und Bildung]
      C --- C5[Unterhaltung]
      C --- C6[Kultur]
      C --- C7[Mode und Lifestyle]
      C --- C8[Gesellschaft]
      C --- C9[Auto und Sport]
  
```

Quelle: G+J

Einstiegsmöglichkeiten für Studenten und Hochschulabsolventen

The diagram shows three stacked boxes representing entry options: **Praktikum** (top), **Diplomarbeiten** (middle), and **Trainee-Programm** (bottom). A large green arrow on the left points from the top box down to the bottom box, indicating a progression or relationship between these options.

Seite 7

Ablauf des Trainee-Programms (14 Monate)

The diagram shows a 14-month timeline divided into several phases:

- Vertrieb** (Sales): Einzelverkauf, Vertriebsleitung, Direktkundenmarketing (Abonnement)
- Anzeigen** (Advertising): Marktforschung • Innendienst (Verkauf und Abwicklung), Planung & Koordination, Außendienst, International Ad Sales
- Redaktion (Sachliche Zeitung)** (Editorial)
- Controlling und Geschäftsentwicklung** (Controlling and Business Development)
- Auslandsgeschäft** (International Business)
- Verlagsleitung** (Publishing Management)

Below this is a bar for **Betreuung durch Personalentwicklung und Tutor** (Mentorship by HR and Tutor) spanning the entire duration.

The timeline is broken down into segments: Ca. 4 Monate, Ca. 2 Monate, Ca. 2 Monate, Ca. 4 Wo., Ca. 6 Wo., Ca. 8 Wo., Ca. 6 Wochen.

Seite 8

Und das sind unsere ehemaligen Trainees...

Antje Wehrle, 34 Jahre
Stv. Leiterin des Verlagsbüros Stuttgart

Ausbildung: BWL-Studium an der Universität Göttingen mit den Schwerpunkten Marketing, Personal, Wirtschaftspsychologie und Industriebetriebslehre

Berufsweg:

- Trainee
- Assistentin der Verlagsleitung BRIGITTE
- Leiterin Projektmanagement Fachbereich Anzeigen
- Anzeigenverkaufsleiterin STERN
- Stellvertretende Anzeigenleiterin STERN

Seite 9

Thomas Lindner, 39 Jahre
Anzeigenleiter STERN

Ausbildung: Banklehre
 BWL-Studium an der Universität Münster mit den Schwerpunkten Marketing und Statistik
 MBA in Berkeley

Berufsweg:

- Trainee
- Assistent der Geschäftsleitung G+J München
- Anzeigenverkaufsleiter STERN
- Stellvertretender Anzeigenleiter STERN
- Anzeigenleiter BRIGITTE, YOUNG MISS und ART

Seite 10

Dr. Bernd Kundrun, 46 Jahre
Vorstandsvorsitzender

Ausbildung: BWL-Studium an den Universitäten Münster und Innsbruck,

Berufsweg:

- Assistent der Geschäftsleitung, Bertelsmann Club GmbH
- Vertriebsleiter der Bertelsmann Club-Fillialkette
- Marketinggeschäftsführer mit Verantwortung für Mitgliederwerbung/Direktmarketing u. Kataloggeschäft
- Vors. der Geschäftsführung der Bertelsmann Club GmbH
- Geschäftsführer der Premiere Medien GmbH & Co.KG
- Vorstandsmitglied G+J - Unternehmensbereich Zeitungen

Seite 11

Internationales Verlagsmarketing

Internationales Verlagsmarketing
 11.01.2009

12

Gruner + Jahr International

G+J/RBA Publishing, Diemen, Niederlande
Brown Printing, Waseca
G+J USA New York
G+J España, Madrid
G+J Russia, Moskau
G+J Polska, Warschau
G+J China, Beijing
Verlagsgruppe News, Wien, Österreich
Prisma Presse, Paris
G+J Mondadori, Mailand, Italien
Gruner + Jahr Deutschland
 Hauptsitz Hamburg
 Dresdner Druck- und Verlagshaus
 Gruner Druck Izzahoe
 Verlagsgruppe München
 – Wirtschaftspresse Köln

Quelle: G+J
Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 13

Das Gruner + Jahr - Zeitschriftenportfolio im Ausland

Frankreich
Österreich
Italien **USA** **China**
Polen **Russland**
Spanien **Niederlande**

Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 •Quelle: G+J 14

Anlässe und Ziele im Internationalen Verlagsmarketing

- Weitere Wachstumschancen bei begrenztem Inlandswachstum
- Kartellrechtliche Wachstumsbegrenzung im Inland
- Risikotrennung Inlandsmarkt / Auslandsmärkte
- Know how- und Do how-Export
- Mehrfachnutzung redaktioneller Inhalte und Konzepte
- Know how- und Do how-Import

Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 15

(1) Ausgangspunkt: Inlandstitel

Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 16

Zeitschriften Portfolio im Inland nach Segmenten

Aktuelles	Wirtschaft	Populäre Wissenschaften	Reisen	Frauen	People	Eltern	Living	Kultur	Kunden z.B.

Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 •Quelle: G+J 17

(1) Ausgangspunkt: Inlandstitel

(2) Export der Inlandstitel

Internationales Verlagsmarketing 11.01.2005 18

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandtitel
- (2) Export der Inlandtitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

19

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandtitel
- (2) Export der Inlandtitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

20

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandtitel
- (2) Export der Inlandtitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

21

GJ



Deutschland



Türkei

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

22

GJ



Deutschland



Südkorea

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

23

GJ



Deutschland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

24

GJ



Türkei

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

25

GJ



Italien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

26

GJ



Rumänien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

27

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

28

GJ



Italien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

29

GJ



USA

Spanien

Deutschland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

30

- (1) Ausgangspunkt: Inlandtitel
- (2) Export der Inlandtitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslands-Titel



1980

1984

2003



1994



2000

- (1) Ausgangspunkt: Inlandtitel
- (2) Export der Inlandtitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslands-Titel
- (8) Reiner Transfer von Inlands-Titeln



GJ

deutsch
französisch
italienisch

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 37

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 38

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 39

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 40

GJ

Deutschland
1979
USA

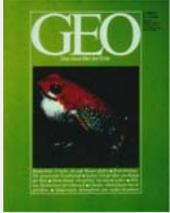
Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 41

GJ

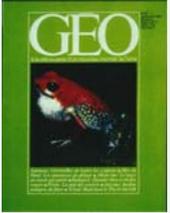
Deutschland
1984
USA

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 42

GJ



Deutschland
1982



Frankreich

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 43

GJ



Deutschland



1984
Frankreich

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 44

GJ



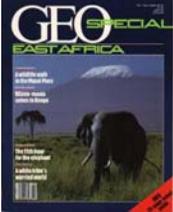
Deutschland

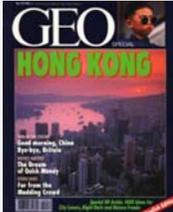


2003
Frankreich

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 45

GJ





Internationale Ausgaben

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 46

GJ



Deutschland



Frankreich



Spanien



Russland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 47

GJ



USA



Japan



Italien



Spanien



Mexico



Israel



Südkorea



Griechenland



Frankreich



Polen



Deutschland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 48

GJ

USA Japan Italien Spain Latein-Amerika Israel

Süd-Korea Griechenland Frankreich Polen Deutschland Thailand

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 40

GJ

Niederlande Brasilien Schweden Norwegen Finnland Türkei

Dänemark Portugal Tschechische Republik

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 50

GJ

Deutschland Frankreich Spanien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 51

GJ

Deutschland Frankreich Spanien

Großbritannien Polen Italien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 52

GJ

Deutschland Russland Frankreich

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 53

GJ

Deutschland Frankreich Spanien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 54

GJ



Deutschland



Spanien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 56

GJ



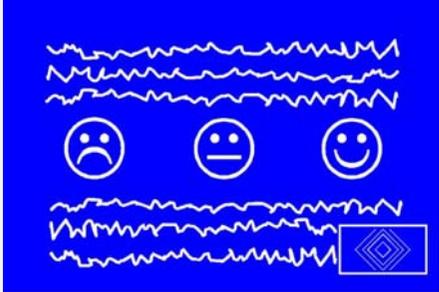
FINANCIAL TIMES



FINANCIAL TIMES
Deutschland

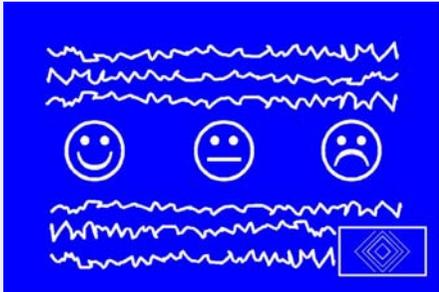
Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 58

GJ



Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 57

GJ



Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 59

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
- (10) Entwicklung und Einführung neuer Titel

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 60

GJ



Frankreich

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 60



Spanien



Frankreich

Frankreich
2004Frankreich
2004

China



Polen

Österreich

Niederlande

Polen

Italien

Niederlande

Italien

Spanien

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
- (10) Entwicklung und Einführung neuer Titel
- (11) Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel (Import)



Frankreich

Deutschland

Großbritannien



Frankreich



Frankreich

Deutschland



Russland

Spanien

Polen



Frankreich

Großbritannien

Spanien

Polen

GJ



Österreich



Deutschland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 73

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
- (10) Entwicklung und Einführung neuer Titel
- (11) Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel (Import)
- (12) Joint Venture Inland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 74

GJ



Frankreich



Deutschland



Spanien

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 75

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigen-Akquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
- (10) Entwicklung und Einführung neuer Titel
- (11) Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel (Import)
- (12) Joint Venture Inland
- (13) Lizenzvergabe Ausland → Inland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 76

GJ



Deutschland

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 77

GJ

- (1) Ausgangspunkt: Inlandstitel
- (2) Export der Inlandstitel
- (3) Anzeigenakquisition im Ausland
- (4) Vermarktung von Bild- und Textrechten
- (5) Lizenzvergabe Inland → Ausland
- (6) Joint Venture Ausland
- (7) Kauf eingeführter Auslandstitel
- (8) Reiner Transfer von Inlandstiteln
- (9) Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
- (10) Entwicklung und Einführung neuer Titel
- (11) Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel (Import)
- (12) Joint Venture Inland
- (13) Lizenzvergabe Ausland → Inland
- (14) Entwicklung neuer Inlandstitel

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 78

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

79

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

80

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

81

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

82

GJ

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

83

GJ

Markteintrittsformen im Internationalen Verlagsmarketing

- Inlandsgeschäft**
Inlands-Titel (bestehend und neu)
Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel
Joint Venture Inland
Lizenzvergabe Ausland → Inland
- Export**
Export der Inlandstitel
Anzeigen-Akquisition im Ausland
Vermarktung von Bild- und Textrechten
- Lizenzvergabe**
Lizenzvergabe Inland → Ausland
- Joint Venture**
Joint Venture Ausland
- Tochtergesellschaft**
Kauf eingeführter Auslandstitel
Reiner Transfer von Inlandstiteln
Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
Entwicklung und Einführung neuer Titel

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005

84

GJ

Internationalisierungsstrategien im Zeitschriftengeschäft		
Markt Zeitschrift	bestehend (= Inland)	neu (= Ausland)
bestehend	1. Inlandstitel	2. Export der Inlandstitel 3. Anzeigenakquisition im Ausland 4. Vermarktung von Text- und Bildrechten 5. Lizenzvergabe Inland → Ausland 6. Joint Venture Ausland 7. Kauf eingeführter Auslandstitel 8. Reiner Transfer von Inlandstiteln
variiert, angepasst	11. Transfer und Anpassung im Ausland entwickelter und eingeführter Titel 12. Joint Venture Inland 13. Lizenzvergabe Ausland → Inland	9. Transfer und Anpassung von Inlandstiteln
neu	14. Neue Inlandstitel	10. Entwicklung und Einführung neuer Titel

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 55

GJ

Vielen Dank!

Internationales Verlagsmarketing
11.01.2005 56