



Wachstumsfelder für Verlage

Ergebnisse einer empirischen Studie





Prof. Dr. Manfred Schwaiger
Ludwig-Maximilians-
Universität München

Der generell härter werdende Wettbewerb und rückläufige Umsätze im Stammgeschäft zwingen die Verlage zur Erschließung neuer Erlösquellen. Dabei sind einige Häuser kreativ und sehr erfolgreich, aber die Suche nach neuen Wachstumsfeldern ist noch nicht abgeschlossen.

Vor diesem Hintergrund konzipierte der VDZ in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG und dem Institut

Stammgeschäft und neuen Wachstumsfeldern gesehen werden und wie die Suche und Erschließung dieser Wachstumsfelder organisiert sind.

Die vorliegende Studie stellt außerdem die Entwicklungen bei ausgewählten internationalen Verlagen dar und zeigt Parallelen zu momentanen Entwicklungen in der deutschen Verlagslandschaft auf.

Wir hoffen, dass die hier präsentierte

Verlage wollen neue Wachstumsfelder erschließen



Peter Beusch
KPMG

für Marktorientierte Unternehmensführung der Ludwig-Maximilians-Universität München eine empirische Studie zu potenziellen Wachstumsfeldern für Verlage.

In Abhängigkeit der Umsatzklassen (Klein-, Mittel- und Großverlage) und der Segmente, in denen die Verlage aktiv sind (Fach- und Publikumsverlage, Zeitungen oder Zeitschriften), dokumentiert die vorliegende Studie unter anderem, welche Relevanz der Aufbau neuer Wachstumsfelder für Verlage hat, wie die Wachstumsaussichten in diesen neuen Geschäftsfeldern eingeschätzt werden, welche Synergien und Konvergenzen zwischen

Analyse Nutzen stiftet: Auch wenn wir die Vorteilhaftigkeit der einzelnen Wachstumsstrategien nicht detailliert bewerten können, so erfahren die Verlage unter anderem, wie ihre Wettbewerber auf die Fragen geantwortet haben, welche Erfolgsfaktoren und Hürden Verlagsmanager bei der Erschließung sehen und wie sie die Auswirkungen auf das Kerngeschäft einschätzen.

Berlin/München, im Mai 2006

Prof. Dr. Manfred Schwaiger

Peter Beusch



Alexander von Reibnitz
VDZ

Alexander von Reibnitz