

BERTELSMANN | DAS MEDIENUNTERNEHMEN

BERTELSMANN
media worldwide

Bertelsmann ist nicht nur eines der größten Medienhäuser der Welt, sondern auch ein Unternehmen der Unternehmer. Die Philosophie von Bertelsmann – dezentral, international und innovativ – bietet den Führungskräften nämlich größtmögliche Freiräume. Freiräume, die man erfolgreich zu nutzen weiß, wie der 2008 erzielte Umsatz von 16,12 Milliarden Euro eindrucksvoll unter Beweis stellt. Dafür zeichnen natürlich nicht nur die Führungskräfte verantwortlich, sondern alle der über 100.000 Mitarbeiter des Global Players. Die breite internationale Aufstellung zählt ohnehin zu den großen Qualitäten des Medienkonzerns, der unter der Ägide von Reinhard Mohn den ersten Schritt auf das ausländische Parkett wagte. Dies geschah in den 1960-Jahren mit der Gründung eines Buchclubs in Spanien. Ende der 1970er-Jahre forcierte Bertelsmann dann insbesondere die Expansion in die USA. Der Durchbruch auf dem wichtigsten Medienmarkt der Welt gelang in der Folgezeit mit der Übernahme der US-Labels Arista und RCA sowie des Verlagshauses Doubleday. 1998 akquirierte Bertelsmann schließlich den renommierten US-Verlag Random House, die mit mehr als 500 Millionen verkauften Büchern im Jahr größte Publikumsverlagsgruppe der Welt.

Bertelsmann steht neben seinem Erfolg, der auf einer partnerschaftlich-fortschrittlichen Unternehmenskultur beruht, vor allem für Ideenreichtum und Vielfalt. Es verwundert demnach nicht, dass die fünf Unternehmensbereiche heute ein breites Spektrum der Medienlandschaft abdecken. So betreibt die RTL Group Fernseh- und Radiosender in zehn verschiedenen Ländern und zählt zu den weltweit führenden Produzenten von Inhalten. Random House ist der weltgrößte Publikumsverlag und mit seinen Büchern immer auf den nationalen und internationalen Bestsellerlisten umfangreich vertreten. Das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr publiziert mehr als 500 Zeitschriften, Zeitungen und Online-Angebote in 30 Ländern, und im Unternehmensbereich Arvato sind alle Medien- und Kommunikationsdienstleistungen von Bertelsmann gebündelt. Auch die Direct Group Bertelsmann

ist mit ihren Medienclubs, Buchhandlungen, Internetaktivitäten, Verlagen und Distributionsfirmen in 17 Ländern tätig. Die Geschichte des Unternehmens reicht zurück bis in das Jahr 1835, als Carl Bertelsmann in Gütersloh einen Verlag für theologische Literatur gründete. Unter Heinrich Mohn, der 1921 in vierter Generation die Geschäftsführung übernahm, wurde das Verlagsprogramm um das belletristische Element erweitert. 1947 baute Reinhard Mohn den Betrieb nach dem Zweiten Weltkrieg wieder auf und formte ihn zu einem Konzern moderner Prägung, der 1971 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt wurde. 1977 gründete Mohn die richtungweisende Bertelsmann Stiftung.

In jüngster Zeit haben die Gütersloher das Unternehmen kräftig umgebaut und noch zukunftsfähiger ausgerichtet, unter anderem durch den Verkauf ihres 50-Prozent-Anteils am Musikunternehmen Sony BMG an den früheren Partner Sony und die Konzentration der Direct Group auf ihre großen europäischen Kernmärkte. Dafür zeichnet nicht zuletzt der Vorstandsvorsitzende Hartmut Ostrowski verantwortlich, der im Januar 2008 unter der Maxime angetreten ist, neue Wege zu gehen, Bertelsmann wachsen zu lassen und den Wert des Unternehmens langfristig zu steigern. Wachstum in schwierigen Zeiten zu realisieren ist sicher kein leichtes Unterfangen, das Streben danach als Ziel zu formulieren, ist aber ein untrügliches Zeichen für das gesunde Selbstbewusstsein der Bertelsmänner, deren Unternehmensegeist ungebremst scheint.

Aufmerksamkeit erregende Wirkungstreffer setzt man jedenfalls in großer Menge. Wie sonst sollte man den Umstand interpretieren, dass die Senderfamilien der RTL Group stetig wachsende Zuschauermarktanteile in ihren Kernländern verzeichnen? Dass Random House mit enormer Präsenz auf den nationalen und internationalen Bestsellerlisten vertreten ist? Dass Gruner + Jahr mit verlegerischen Innovationen punktet, Arvato nachhaltiges Wachstum in China erreicht oder die Direct Group ihre Online-Geschäfte forciert? Starke Traditionsmarken wie Bertelsmann erfinden sich eben immer wieder selbst.

BERTELSMANN

media worldwide

Firmenname	Klassiker	Gründung	Mitarbeiter	Gründer	Umsatz
Bertelsmann AG	Das internationale Medienhaus	1835 in Gütersloh	106.083 (31.12.2008)	Carl Bertelsmann (1791–1850)	16,12 Mrd. Euro (2008)