

# VERLAGE AUF DEM VOR- MARSCH

Foto: Dörfel & Dörfel Fotodesign

## VERLAGSWESEN

### NACH SEINER LEHRE

zum Buchhändler arbeitete Karsten Rösel ein paar Jahre in seinem Beruf. Ende zwanzig entschloss er sich zu einem geisteswissenschaftlichen Studium. Mit dem Universitätsabschluss in der Tasche ging er in das Kulturmanagement, von dort streckte er seine Fühler Richtung Verlag aus. Mittlerweile ist der 45-Jährige in der Presseabteilung des Münchner Piper Verlags zu Hause. Franziska Günther studierte Kulturwissenschaften und Russische Literatur. Als freie Autorin arbeitete sie während des Studiums für Tageszeitungen. Nach einem Praktikum wurde ihr zunächst eine Volontariatsstelle beim Aufbau-Verlag angeboten, schließlich eine Stelle als Lektoratsassistentin. Jetzt beschäftigt sie sich als Sachbuch-Lektorin vor allem mit Biographien, Autobiographien und zeitgeschichtlichen Themen. Zwei Lebensläufe, die in das klassische Raster einer Verlagskarriere zu passen scheinen, da die Branche traditionell ein Terrain von Geistes-, Sprach- und Literaturwissenschaftlern ist. Dazu zählen beispielsweise Germanisten, Anglisten, Romanisten oder weitere an den philosophischen Fakultäten beheimatete Fachrichtungen wie Buchwissenschaftler, Philosophen, Historiker oder Kunsthistoriker.

Laut Jahresbericht über Geisteswissenschaftler 2003 der Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV) gehören Verlage immer noch zu deren favorisierten Arbeitgebern. Verlage suchen sich ihre Bewerber aber nicht nur aus diesen Fachrichtungen aus. In der Branche werden auch betriebswirtschaftliches Know-how und Marketingkenntnisse benötigt, sei es in Form von ausgebildeten Betriebswirten oder Mitarbeitern aus anderen Fachbereichen, die sich die zusätzlichen Kenntnisse angeeignet haben. Schließlich werden auch Grafiker und Layouter gebraucht, die sich um die ansprechende Umsetzung der Medienprodukte kümmern und oftmals als Freie arbeiten.

*Nach einer langen Durststrecke ist in der Verlagsbranche ein Aufatmen zu vernehmen. Noch bewegen sich die Zuwächse auf einem sehr geringen Niveau. Die Experten sind aber zuversichtlich, dass es im Verlauf des Jahres 2004 weiter aufwärts geht. Dadurch wird sich auch die Situation auf dem Stellenmarkt entspannen, wenngleich gerade kleinere und mittlere Verlage eine geringe Personalfuktuation vermelden.*

Neben klassischen Publikumsverlagen, Jugend- oder Schulbuchverlagen existieren spezifische Fachverlage, ebenso wie Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. Fachmedien beschäftigen auch Mediziner, Juristen, Pädagogen oder Naturwissenschaftler. In den verschiedenen Ressorts von Zeitungen und Zeitschriften werden Redakteure und Journalisten mit den unterschiedlichsten beruflichen Werdegängen eingesetzt. Die Branchenbibel „Buch und Buchhandel in Zahlen 2003“ verzeichnet für die deutschen Buch-, Zeitungs-, Zeitschriften- und sonstigen Verlage im Jahr 2002 einen Mitarbeiterrückgang von 2,7 Prozent (auf 160.577 Personen). 2001 waren in dem Wirtschaftszweig noch 165.577 Menschen beschäftigt.

Laut Adecco Stellenindex, dem eine Auswertung von 40 Printmedien zugrunde liegt, wurden 2003 1.175 Stellenanzeigen im Bereich Printmedien gezählt. Auffallend ist, dass vornehmlich Betriebswirtschaftler, sowie Redakteure und Journalisten, die hauptsächlich für Zeitungen und Zeitschriften arbeiten, gesucht wurden. Klassische Verlagsjobs, wie etwa Lektorate, werden über diesen Weg seltener



besetzt. So werden auch Geisteswissenschaftler in den Stellenmärkten der überregionalen Printmedien eher selten angesprochen.

### Branchenkonzentration

Insgesamt gibt es in Deutschland zirka 2.100 Buchverlage. Darunter zählen Branchenriesen mit Millionenumsätzen ebenso wie kleine Zwerge bis hin zum Ein-Mann-Verlag. Die Schere geht durch zunehmende Unternehmensfusionen und Übernahmen immer weiter auf. Das wird vom Harenberg Buchreport bestätigt, der zum 15. Mal „Die 100 größten deutschen Verlage“ ermittelt hat. Bei dieser Umfrage werden rund 150 Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt, die ihren Schwerpunkt bei Büchern, Hörbüchern oder Fachliteratur haben. Im Jahr 2002 lag der durchschnittliche Umsatz der Top Ten des Buchreport Rankings bei jeweils 240,8 Millionen, während die Unternehmen auf den letzten zehn Plätzen einen durchschnittlichen Umsatz von jeweils 10,4 Millionen Euro vorweisen konnten. Im Jahr 2003 hatten sich diese Zahlen noch weiter zugunsten der

Großunternehmen verschoben. Nummer eins bis zehn beanspruchten 249,7 Millionen Umsatz, bei den Verlagen auf den Rängen 91 bis 100 schrumpfte der Umsatz auf 8,8 Millionen.

In der „Medienstudie 2006“ des Beratungsunternehmens Mercer wurde der Zeitraum von 2002 bis 2006 unter die Lupe genommen. Eines der Ergebnisse ist, dass die Branchenkonzentration immer weiter zunimmt. Gleichzeitig wird es zu einem „Collapse of the middle“ kommen, das heißt, mittelgroße Verlage mit unzureichenden Ressourcen und Strukturen werden im Wettbewerb gegen Branchenriesen und Nischen- oder Spezialverlagen, verlieren. Die Konzentrationswelle wird sich nach Meinung aller Experten auch nicht aufhalten lassen. Das aktuellste Übernahme-Beispiel: Die Verlagsgruppe Ullstein Heyne List ist von Bonniers aufgekauft worden.

### Trends & Perspektiven

Nichtsdestotrotz vermeldet der Buchreport auch einen positiven Trend. Die Abwärtstendenzen, die Verlage schon seit den neunziger Jahren gefährden, konnten aufgehalten werden, ein verhaltenes Wachstum wird sichtbar. Im Jahr 2003 meldeten die hundert größten Verlage demnach einen Umsatzzuwachs von 1,4 Prozent. Ohne die durch Fusionen gekauften Umsatzzuwächse gab es jedoch nur ein Plus von 0,3 Prozent. Leider betrifft das nicht alle Verlagsbereiche. Die Publikumsverlage haben zugelegt, die Fachverlage kämpfen weiter mit widrigen Bedingungen, die im Jahr 2002 dazu führten, dass 167 Titel nicht wieder aufgelegt wurden, 53 Prozent mehr als 2001.

Auch eine Schnell-Umfrage des Börsenvereins des deutschen Buchhandels, bei der sich 458 Verlage beteiligten, kommt zu einem verhalten positiven Ergebnis. Hier wurde für 2003 ein gemäßigter Umsatzrückgang von 1,1 Prozent festgestellt, doch die Experten des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels glauben trotzdem, dass die Talfahrt beendet ist. „Auch wenn die Zeichen mittlerweile nach den ersten Monaten in diesem Jahr positiver erscheinen, so kann sich die Buchbranche nach drei Jahren sinkender Umsätze nur langsam wieder erholen“, meinte Dieter Schormann, Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, anlässlich der Pressekonferenz zur Eröffnung der Leipziger Buchmesse im Frühjahr 2004.

Zulegen konnten die Kinder- und Jugendbuchverlage. Die Belletristik kam auf einen Zuwachs von vier Prozent. Auch bei der Umfrage des Börsenvereins stellte sich heraus, dass Fach-, Wissenschafts- und Kunstbuchverlage die Verlierer sind. Rund 35 Prozent der befragten Unternehmen rechneten damit, dass ihr Umsatz steigt. Knapp 50 Prozent glaubten, dass ihre Erlöse stagnieren. Bisher scheinen sich die günstigen Prognosen zu erfüllen. Das Bücherjahr 2004 startete hoffnungsvoll. Im Januar und Februar dieses Jahres stieg der Umsatz der Buchbranche gegenüber dem Vorjahreszeitraum laut Branchenmonitor BUCH, der vom Börsenverein in Zusammenarbeit mit media control GfK International herausgegeben wird, um 3,6 Prozent.

Wie sehen nun die Perspektiven für die Zukunft aus? Um die Umsätze stabil zu halten beziehungsweise zu steigern, werden die Verlage weiterhin versuchen müssen, neue Strategien zu entwickeln. Ein vielversprechendes Verkaufskonzept nennt sich „Cross Publishing“, das heißt beispielsweise, zum Start eines medienwirksamen Films den passenden Roman, eine Biographie, ein Sachbuch und ein Hörbuch zu veröffentlichen, verbunden mit einem „Event“, bei dem diese Produkte vorgestellt werden. Große Erwartungen werden an das immer weiter wachsende Segment Hörbuch gestellt. Allein im Januar 2004 wurde eine Steigerungsrate um zehn Prozent gegenüber dem Vormonat ermittelt.

## Zeitschriften- und Zeitungsmarkt

Auffälligster Trend bei den Zeitungen und Zeitschriften war in den letzten Jahren der starke Anzeigenrückgang, der auch zu einer Schmäle-

rung des Gesamtumsatzes beitrug. 2002 setzten die Unternehmen 9,42 Milliarden Euro um, 2001 waren es noch 9,99 Milliarden Euro, damit ergab sich ein Verlust von 5,8 Prozent. Stärkere Einbußen wie in den Jahren 2001 und 2002 hat es laut Informationen des Bundesverbands der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV) seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges nicht mehr gegeben. Bei den Publikums- und Fachzeitschriften-Titeln gab es laut Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger (VDZ) in den Jahren 2001 und 2002 ebenfalls erhebliche Verluste. Schon im November 2003 glaubten, laut einer Studie der Boston Consulting Group (BCG) 77 Prozent der befragten Zeitschriftenverleger aber, dass die Talsohle erreicht sei. Der VDZ erwartet für das Jahr 2004 deshalb auch „eine spürbare Belebung der Werbekonjunktur“, und das heißt letztlich eine Konsolidierung des gesamten Marktes. ■

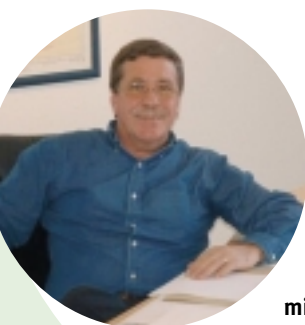


Foto: Privat

## Leichter Zuwachs

Der gelernte Betriebswirt Michael Staehler gilt als einer der versiertesten Personalberater im Verlagsgeschäft. Seit 1997 ist er Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Staehler & Partner. uni sprach mit ihm über aktuelle Tendenzen in der Verlagslandschaft.

### uni: Wie beurteilen Sie die momentane Situation der Branche?

**Michael Staehler:** Seit 2001 sind die Verlage in einer Krise. Der Anzeigenmarkt ging zurück, was vornehmlich die Zeitschriften- und Zeitungsverlage betraf. Die Verkaufszahlen bei Fachmedien brachen ein, da beispielsweise öffentliche Einrichtungen weniger Finanzmittel zur Verfügung hatten und weniger Fachmedien kauften. Parallel dazu konnte in den letzten zwei Jahren eine Konsumentenzurückhaltung beobachtet werden. Seit dem zweiten Halbjahr 2003 sind die Perspektiven in der Verlagslandschaft wieder deutlich positiver. Mehrere belebende Elemente sind dafür verantwortlich. Da die Medienetats der Unternehmen wieder steigen, werden auch wieder mehr Anzeigen geschaltet.

Trotzdem haben es regionale Zeitungen, von denen es in Deutschland zirka 300 gibt, weiterhin schwer. Diese leben von Einzelhandelsanzeigen, die immer noch stagnieren. Auch das Rubrikengeschäft, beispielsweise Stellen- oder Kfz-Markt, sind in das Internet

und damit häufig zu anderen Anbietern abgewandert. Bei den überregionalen Zeitungen sieht es in dieser Hinsicht etwas besser aus. Auch weil größere Verlage mittlerweile neue Strategien anwenden, um ihre Leserschaft zu erweitern.

Der Buchverkauf verzeichnet Zuwächse. So konnte im März 2004 ein Umsatzplus von 3,4 Prozent verzeichnet werden. Die Nachfrage wird besser, wenn auch auf niedrigem Niveau. Zuwächse können die Publikumsverlage verzeichnen, in den Bereichen Belletristik, Sachbuch und Ratgeber, das Segment Fachbuch hingegen stagniert. Der Internetbuchhandel hatte Einfluss auf die Marktentwicklung. Amazon beispielsweise wächst dramatisch. Diese Zuwächse gehen aber auf Kosten der „stationären“ Händler.

### uni: Wie hat sich die konjunkturelle Erholung auf die Personalsituation ausgewirkt?

**Michael Staehler:** Auf dem Personalmarkt ist eine leichte Belebung festzustellen, da in den Krisenjahren zu viele Leute freigesetzt wurden, die nun wieder gebraucht werden, beispielsweise im Lektorat oder im Marketing. Die Profile der Gesuchten haben sich aber geändert. Früher haben sich die Verlage auch auf Bewerber eingelassen, die nicht hundertprozentig alle Qualifikationen vorweisen konnten. Durch die große Auswahl an gut qualifizierten Bewerbern wird nun auf eine hundertprozentige Erfüllung der Anforderungen geachtet. Qualifizierte Bewerber müssen Interneterfahrung, allgemein eine gewisse

Affinität zum elektronischen Publizieren aufweisen, sie müssen über Märkte Bescheid wissen, kreativ sein, aus einer Flut an Titeln die richtigen auswählen, das heißt, zielgruppenbewusst Trends erkennen. Früher wurde beispielsweise ein naturwissenschaftliches Lektorat auch mit Geisteswissenschaftlern besetzt. Heute würde wahrscheinlich eher ein Naturwissenschaftler mit einem guten Gespür für die deutsche Sprache eingestellt. Für die Belletristik gilt sicherlich weiterhin, dass Geisteswissenschaftler gefragt sind. Bei internationaler Literatur sind natürlich Kenner der jeweiligen Originalsprache erwünscht. Es werden letztlich alle Fachbereiche gesucht. Früher waren Lektoren oft Einzelkämpfer, jetzt ist vor allem soziale Kompetenz gefragt. Das Lektorat muss eng mit dem Vertrieb und dem Marketing zusammenarbeiten.

### uni: Und wie stehen die Chancen für Einsteiger?

**Michael Staehler:** Die Verlage benötigen nicht mehr die Masse an Personal. Wichtig für Einsteiger ist es, dass sie ein Praktikum in der Branche vorweisen können. Man muss sich mittlerweile früher auf eine Branche festlegen und dort gezielt praktische Erfahrungen sammeln. Die Chancen für Quereinsteiger stehen deshalb eher schlecht. Will also beispielsweise ein Jurist nach dem zweiten Staatsexamen zu einem auf Jura spezialisierten Fachverlag wechseln, kann das zu Problemen führen, wenn vorher keinerlei Erfahrungen im Verlagswesen erworben wurden. Große Medienunternehmen wie beispielsweise Gruner+Jahr oder Bertelsmann bieten auch Traineeprogramme an, dann aber hauptsächlich im Marketing.

# DIE STÄRKE DER VIELFALT

Foto: Rowohlt

## BEISPIELE AUS DER PRAXIS

### DIE FACHVERLAGSGRUPPE

Springer Science+Business Media ist ein international aufgestelltes Unternehmen, mit 70 Einzelverlagen in 16 Ländern Europas, den USA und Asien, das über 5.000 Mitarbeiter beschäftigt. Das Themenspektrum reicht von Medizin, Naturwissenschaften, Wirtschaft, Technik über Architektur, Bau und Verkehr; verkauft werden Bücher, Fachzeitschriften und Online-Informationen. Von der großen Krisenstimmung im Verlagswesen blieb das Unternehmen verschont. Nach dem Verkauf der Unternehmensgruppe durch Bertelsmann an die britischen Investoren Cinven und Candoover in 2003 befindet sich das Unternehmen derzeit in der Fusionsierungsphase mit dem holländischen Verlagshaus Kluwer Academic Publishers. Neue globale Strukturen stärken die Internationalität des Unternehmens und ermöglichen die weltweite abgestimmte Steuerung von Programmgestaltung und Marketing. „Durch diese Konzentration ist in den nächsten Monaten jedoch nicht mit erhöhtem Einstellungsbedarf zu rechnen“, so die Leiterin der Personalentwicklung Ute Kammerer. Das Profil potenzieller Kandidaten ist abhängig von der zu besetzenden Funktion und damit sehr variabel: „Wir stellen Absolventen aus fast allen Disziplinen ein, derzeit aber vornehmlich im Bereich Science Naturwissenschaftler und Mediziner. Sozial- oder Geisteswissenschaftler sind aufgrund unseres spezifischen Themenspektrums eher weniger vertreten. Allen gemeinsam ist eine hohe

**Die Verlagsbranche ist ein kunterbunter Fleckenteppich. uni hat bei Verlagen verschiedener Sparten mit unterschiedlichen Medien, Themen und Organisationsformen nachgehakt, wie die Einstellungschancen für Bewerber stehen und welche Kompetenzen gefordert**

**sind.**

Medienaffinität, gern auch erste Verlagserfahrung, gepaart mit hoher Sozialkompetenz und Persönlichkeit. Sehr gute Englischkenntnisse sind selbstverständlich.“

Bei Springer Science+Business Media werden auch Volontäre ausgebildet, dafür sind ein abgeschlossenes Studium und eventuell schon einige Jahre Berufserfahrung nötig – bei einem Mediziner beispielsweise eine zweijährige Klinikerfahrung. 2003 wurden zwölf Volontäre ausgebildet, schwerpunktmäßig im Bereich Medizin. Das Praktikantenprogramm bei Springer bietet vielfältige Chancen für Absolventen aller Fachrichtungen, die sich im Verlagswesen beruflich orientieren wollen. Dafür existiert sogar eigens die Möglichkeit, ein Praxis-Projekt zu absolvieren, beispielsweise eine Marktanalyse vorzunehmen oder beim Relaunch einer Zeitschrift mitzuwirken. Für Praktikantenplätze werden durchdachte Initiativbewerbungen durchaus gerne gesehen. Stellen werden auf diesem Wege aber selten besetzt.

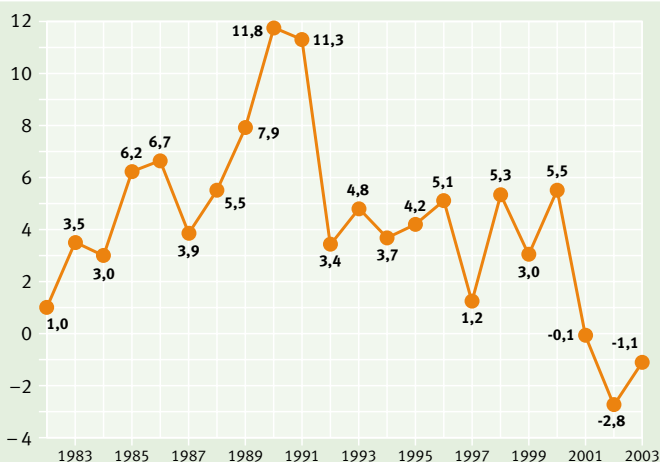
### Reinbek bei Hamburg

„Rowohlt steht gut da, wir verlegen gute und erfolgreiche Bücher“, berichtet Eckhard Kloos, kaufmännischer Leiter der Rowohlt Verlage. Rowohlt beschäftigt 150 Mitarbeiter und befindet sich mit einem Umsatz von 65 Millionen (Stand: 2003) im vorderen Mittelfeld des Buchreport-Rankings. Seit 1982 gehört die Verlagsgruppe zum Medienkonzern Holtzbrinck, der neben weiteren Verlagen wie dem S.Fischer Verlag oder der Verlagsgruppe Droemer Knauer auch Zeitungen und Zeitschriften produziert, wie beispielsweise die ZEIT oder das Handelsblatt. Damit ist eine solide finanzielle Struktur gewährleistet. Inhaltlich wird dem Tochterunternehmen Rowohlt Unabhängigkeit garantiert. 1990 wurde mit Rowohlt Berlin eine Dependence in der Hauptstadt gegründet, in der Hoffnung, näher an dem Ort zu sein, wo Kulturen aus Ost und West zusammentreffen. „Letztlich sind die modernen Verlage aber durch die mediale Entwicklung ortsunabhängig“, so Eckhard Kloos. Der Fusionsierungswelle, die die Branche seit einigen Jahren überrollt, steht Eckhard Kloos kritisch gegenüber. Er befürchtet, dass letztlich die Qualität der Produkte, also der Bücher, darunter leiden könnte. Seine Definition eines guten Verlages ist relativ einfach: „Ein Verlag ist dann gut, wenn die Kommunikation in allen Bereichen und zwischen allen Abteilungen reibungslos funk-

Das Rowohlt-Verlagshaus in Reinbek bei Hamburg.

### Umsatzentwicklung der Verlage 1982-2003

Basis: 458 Verlage; in Prozent



Quelle: Schnell-Umfrage des Börsenvereins

tioniert.“ Damit nähert er sich auch seiner Charakterisierung eines guten Mitarbeiters. „Neben der Kommunikationsfähigkeit ist Neugierde gefragt, und ein ausgeprägtes Gefühl für Qualität, inhaltlich, aber auch in ästhetischer Hinsicht. Und die Liebe zu den Buchstaben muss ebenso groß sein wie die Begeisterung für Zahlen.“

Als klassischer Publikumsverlag werden bei Rowohlt vornehmlich Geistes- und Sprachwissenschaftler angestellt. „Aber in einem Verlag sind auch andere Berufsgruppen gefragt, zum Beispiel Werbeleute, Grafiker, Betriebswirte oder Juristen. Entscheidend ist, dass eine gewisse Affinität zum Verlagswesen sichtbar sein muss. Die Fluktuation bei Rowohlt ist, wie bei Verlagen dieser Größe üblich, eher gering. Sind

Stellen frei, werden diese oftmals informell besetzt“, erläutert Eckhard Kloos. Ein Weg, bei Rowohlt vorstellig zu werden und Verlagsluft zu schnuppern, läuft über einmonatige Kurzpraktika. Auch bei Rowohlt wird auf die Mitarbeit von Freien zurückgegriffen, beispielsweise bei Übersetzungen oder auch für Gutachten.

### Münchener Sprachprofis

„Langenscheidt bewegt sich stabil in einem derzeit leicht schrumpfenden Markt. Wir gehen weiterhin davon aus, dass wir unsere Planziele erreichen“, so Dr. Matti Schüsseler, Direktor Marketing und Vertrieb der Langenscheidt KG, zu den Perspektiven seines Unterneh-

## Einstellungspraxis: Verlagswesen

Unternehmen und Ansprechpartner	Mitarbeiter / Mitarbeiter mit Hochschulabschluss	Einstellungsbedarf an Hochschulabsolventen pro Jahr	Fest angestellt / freie Mitarbeiter	Geschäftsfelder mit dem größten Einstellungsbedarf	Berufseinstieg von Hochschulabsolventen	Gesuchte Absolventen	Einstellungskriterien / geforderte Spezialkenntnisse	Interesse an Bewerbern mit Bachelorabschluss	Praktika, Diplomarbeiten
<b>Aufbau-Verlag</b> Neue Promenade 6 10178 Berlin Tel. 030/28394-0 E-Mail: info@aufbau-verlag.de http://www.aufbauverlag.de	Akademiker ca. 80 %	da stabile Mitarbeiterzahl max. 1-2, falls aus Altersgründen jemand ausscheidet	60 / 4	ggf. Buch- oder Hörbuchlektorate	vornehmlich durch Praktika oder Volontariate; ansonsten Ausschreibung und Bewerbung	ggf. Geisteswissenschaftler	sehr gute Kenntnisse internationaler und osteuropäischer / osteuropäischer Literatur	k. A.	Praktika ca. 3 Monate oder länger in allen Abteilungen uneingeschränkt möglich, Studierende oder Berufseinsteiger bevorzugt
<b>Axel Springer</b> Axel Springer Straße 65 10888 Berlin Tel. 030/2591-0 E-Mail: information@axelspringer.de http://www.asv.de	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	Trainee-Programm; Direkt- einstieg (je nach Bedarf und grundsätzlich in allen Geschäftsfeldern); Ausbildung an der Journalistenschule Axel Springer, weitere Informationen unter <a href="http://www.axelspringer.de">www.axelspringer.de</a>	alle Fachrichtungen je nach Qualifikation und Werdegang	zügiger Studienabschluss mit überdurchschnittlichem Erfolg, Leistungsorientierung, hohe Motivationsbereitschaft, ausgeprägte soziale und kommunikative Kompetenz, Verantwortungsbewusstsein, Kreativität, unternehmerisches Denken, Praktika in der Medienbranche, sehr gute Englisch- und MS-Office-Kenntnisse	je nach Qualifikation und Werdegang	während des Studiums: Praktika in kaufmännischen und technischen Bereichen, Hospitationen in Redaktionen, Diplomarbeiten, weitere Informationen unter <a href="http://www.axelspringer.de">www.axelspringer.de</a>
<b>Georg von Holtzbrinck Verlag</b> Gänsehofstraße 26 70184 Stuttgart Tel. 0711/2150-0 E-Mail: info@holtzbrinck.com http://www.holtzbrinck.com/ger/	12.000 (weltweit), 8.500 (Deutschland)/ Anteil mit Hochschulabschluss ca. 40 - 50 %	ca. 50 verlagsgruppenweit (in Deutschland)	k. A.	Geschäftsbereiche Zeitungen, Wirtschafts- informationen, Belletristik/Sachbuch	Volontariat (für redaktionelle Berufe), Training on the Job, Direkt- einstieg, Nachwuchs- programm, Assistenz der Geschäftsführung, Start Finance; Alle Geschäftsfelder: Zeitungen, Wirtschaftsinformationen, Belletristik/Sachbuch, Bildung & Wissenschaft, Neue Medien	Absolventen der Betriebswirtschaft, Wirtschafts- wissenschaften/Ökonomie, Wirtschaftsingenieurwesen, Rechtswissenschaften, Geisteswissenschaften	Fach- und Medienkenntnisse, Fähigkeiten: unternehmerisch, kommunika- tionsstark, konzeptionsstark, umsetzungsorientiert	abhängig von Einstiegs- position	Praktika, Werk- studententätigkeit möglichst, Diplom- arbeit nur nach vorherigem Prakti- kum möglich
<b>Langenscheidt</b> Mies-van-der-Rohe-Straße 1 80807 München Tel. 089/36096-0 E-Mail: kundenservice@langenscheidt.de http://www.langenscheidt.de	227 / ca. 125	1-2	227 / k. A.	Redaktion, Vertrieb	Direkt- einstieg, freie Mitarbeit	Sprachen, EDV, BWL	Didaktische Fähigkeiten, Verkaufserfahrung	grundsätzlich ja, keine Erfahrungen bisher	Praktika ja, Diplomarbeiten sehr selten
<b>Rowohlt</b> Hamburger Straße 17 21465 Reinbek Tel. 040/7272-0 E-Mail: info@rowohlt.de http://www.rowohlt.de	ca. 70	1-2	150 / 20	Lektorate	Lektorate, Herstellung, Administration	sprachnahe Fächer, BWL	k. A.	Universitäts- abschluss sollte mit Praxiserfah- rungen im Verlags- und Buchhandels- bereich einhergehen	ca. 20 nicht honorierte Monats-Praktika; 2 Einjahres Volontariate; Diplomarbeiten themen selten, aber möglich
<b>Springer Science+Business Media</b> Heidelberger Platz 3 14197 Berlin Tel. 030/82787-0 http://www.springer-sbm.de/karriere/uebersicht.php	ca. 5.000 (weltweit) / ca. 35%, wobei nicht alle Akademiker ihrer Ausbildung entsprechend tätig sind	ca. 15	k. A.	Publishing und Marketing im Bereich STM (Science, Technical and Medicine)	alles ist möglich, oft über ein Praktikum oder Volontariat – direkt von der Hochschule eher selten, was aber auch an der momentanen Arbeits- marktlage liegt	positionsabhängig, viele Naturwissenschaftler und Mediziner im STM-Bereich, BWLer im Controlling und in Unternehmensentwicklung, im Publishingbereich meist aus der entsprechenden Fach- richtung, Druck-Ingenieure (FH Druck Stuttgart oder HTWK Leipzig) für den Herstellungs- bereich	positionsbezogen, Medien- affinität, durch Praktika oder artverwandte Tätigkeiten nachgewiesen, soziale Kompe- tenz in unterschiedlicher Ausprägung (Führung, Team- fähigkeit, Kommunikations- fähigkeit)	bislang keine Erfahrung, grundsätzlich keine Vorbe- halte	Praktika u. Volon- tariate, nähere Infos siehe Website, Diplomarbeiten meist resultierend aus Praktika, in denen gemeinsam ein Projekt defi- niert wird
<b>Vogel Medien Gruppe Deutschland</b> Max-Planck-Straße 7-9 97082 Würzburg Tel. 0931/418-2100 E-Mail: info@vogel-medien.de http://www.vogel-medien.de	1.300/260	5	1.300 / 90	Verlagsgesellschaft Industrie Medien, Verlagsgesellschaft Auto Medien	Praktikum, freie Mitarbeit, Volontariat	Diplom-Ingenieure, Maschi- nenbau, Elektrotechnik, Fahr- zeugbau, Verfahrenstechnik, Chemie, Biologie	gute Ausdrucksfähigkeit in Wort und Schrift, kommunika- tiv, teamfähig	ja	ja
<b>Walter de Gruyter</b> Genthiner Straße 13 10785 Berlin Tel. 030/26005-0 E-Mail: wdg-info@degruyter.de http://www.degruyter.de	ca. 50	zwischen 2–5	keine freien Mitarbeiter	Geisteswissenschaften, Psychyrembelredaktion, STM-Journals (Sciences, Technology, Medicine)	Volontariate im Lektorat und in Redaktionen	Geisteswissenschaften, STM	kommunikative Kompetenz, Englisch	k. A.	k. A.
<b>WAZ Mediengruppe</b> Friedrichstraße 34-38 45123 Essen Tel. 0201/804-0 E-Mail: zentralredaktion@waz.de http://www.waz.de	8.100 (Deutschland, ohne Zustel- ler) / 16.000 (Europa, ohne Zusteller)	ca. 70 Volontäre in Deutschland für jeweils 2 Jahre; ca. 3 bis 5 Trainees für jeweils 15 Monate im Verlags- sitz in Essen (kaufm./techn./ verwaltende Tätig- keitsfelder); Direkt- einstieg abhängig vom aktuellen betrieb- lichen Bedarf	freie Mitarbei- ter werden nur im redaktionel- len Bereich beschäftigt	Volontäre in den Redak- tionen (bei Tageszeitun- gen; im lokalen Hörfunk, bei Publikumszeitschri-ften), ansonsten Marke- ting, Vertrieb, Verkauf, Controlling, Rechnungs- wesen, Steuern, digitaler Workflow	redaktionelles Volontariat, i.d.R. nach einer längeren freien Mitarbeit; Trainee- programm im Verlag über 15 Monate; Direkt- einstieg; Erstkontakt zum Unternehmen über ein Praktikum während des Studiums oder über eine Diplom- Arbeit	Publizistik, Journalistik; Sozial- und Geisteswissen- schaften, Kommunikations- wissenschaften; BWL/VWL, Wirtschaftsrecht; Jura; Ingenieurwesen, Wirtschafts- ingenieurwesen (Informatik, Medientechnik, Satz und Druck)	Ausrichtung der Berufsziele auf den Verlags- und Medien- bereich (über Praktika, freie Mitarbeit, Berufsausbildung, Studienausrichtung, Berufs- erfahrung); Fähigkeiten im Bereich Projektmanagement; Teamfähigkeit, soziale und kommunikative Kompetenz; Flexibilität und Mobilität (auch im Hinblick auf einen Einsatz in Südosteuropa); eventuell Sprachkenntnisse bezüglich Südosteuropa	ja	Praktika im Rah- men eines von der Hochschule vorgeschriebenen Ablaufs, Diplom- arbeiten können individuell abge- sprochen werden



Foto: Langenscheidt

**! info**

**BERUFEnet**

Datenbank für Ausbildungs- und Tätigkeitsbeschreibungen der Bundesagentur für Arbeit (Suchwort: Verlag)  
<http://www.arbeitsagentur.de>, Service von A bis Z

**Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV)**

Arbeitsmarktinformation Journalistinnen und Journalisten (Stand: Oktober 2003)  
 Informationen anfordern:

ZAV  
 Villemomblers Straße 76  
 53123 Bonn  
 Tel. 02 28/7 13-0  
<http://www.arbeitsagentur.de>

**Börsenverein des deutschen Buchhandels**

Großer Hirschgraben 17–21  
 60311 Frankfurt am Main  
 Tel. 0 69/13 06-0  
 Fax: 0 69/13 06-2 01  
 E-Mail: [info@boev.de](mailto:info@boev.de)  
<http://www.boersenverein.de>

**Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV)**

Markgrafenstraße 15  
 10969 Berlin  
 Tel. 0 30/72 62 98-0  
 Fax: 0 30/72 62 98-2 99  
<http://www.bdzv.de>

**Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)**

Markgrafenstraße 15  
 10969 Berlin  
 Tel. 0 30/72 62 98-0  
<http://www.vdz.de>

**Börsenblatt**

Fachzeitschrift der Branche  
<http://www.boersenblatt.net>

**Harenberg Buchreport**

„Die 100 größten Verlage in Deutschland, Österreich und der Schweiz“  
<http://www.buchreport.de>

*Langenscheidt ist in München angesiedelt.*

mens: Da Langenscheidt über einen hohen Anteil an Standard-Titeln verfügt, ist das Unternehmen von Krisen grundsätzlich viel weniger bedroht als viele andere Häuser. „Verglichen mit der Situation vor drei oder fünf Jahren ist es auch für uns heute schwieriger, aber wir wissen uns in einer deutlich komfortableren Situation als die meisten Verlage in Deutschland“, so Matti Schüsseler. Im Bereich „Fremdsprachen lernen“ bei Kindern konnte ein Wachstum verzeichnet werden, Einbußen gibt es, wie auf dem Gesamtmarkt, bei Reiseführern. Als stabiles Unternehmen in Familienbesitz ist Langenscheidt von der Branchenkonzentration nicht betroffen.

Hannes Mühldorfer, Leiter der Personalabteilung der Langenscheidt KG, äußert sich zur Personalsituation: „Die Voraussetzungen für eine Stelle bei Langenscheidt sind so vielfältig wie die einzelnen Verlagsbereiche, von der Redaktion über Marketing und Vertrieb bis hin zur Buchhaltung.“ Hilfreich sind auf jeden Fall Erfahrungen in dem entsprechenden Arbeitsgebiet und im Idealfall auch in der Verlagsbranche. Praktika und Volontariate sind für Studierende eine sehr gute



Foto: WAZ-Gruppe

*Der Firmensitz der WAZ-Gruppe in Essen.*

Vorbereitung und erleichtern auch für die Bewerber die Entscheidung, wo sie im Verlag arbeiten möchten. In den Redaktionen Wörterbücher, Lehrwerke und Multimediales Arbeiten sowie im Bereich des internationalen Exports sind Fremdsprachenkenntnisse unumgänglich. „Auslandsaufenthalte sind da natürlich ein großes Plus für Bewerber“, so Hannes Mühldorfer. Die Einstellung erfolgt im Rahmen von Bewerbungsgesprächen mit der jeweiligen Fachabteilung und der Personalabteilung. Freie Mitarbeiter spielen naturgemäß im Verlag eine große Rolle. Da deren Zahl sich immer wieder verändert, kann Langenscheidt dazu keine aktuellen Angaben machen.

**Neue Märkte**

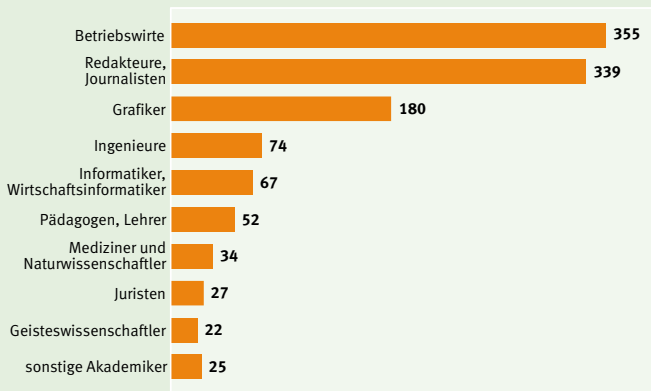
Die WAZ-Gruppe ist ein international aufgestelltes Medienunternehmen, das im Jahr 2003 einen Umsatz von zirka 1,95 Milliarden Euro verzeichnen konnte. Flaggschiff der WAZ-Gruppe

ist mit einer Wochenendaufgabe von über 750.000 Exemplaren die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ), Deutschlands größte Regionalzeitung. Insgesamt werden europaweit über 500 Prinntitel verlegt. Seit Mitte der neunziger Jahre engagiert sich das Medienunternehmen verstärkt in Ost- und Südosteuropa. „Für diese Länder sprechen zahlreiche weiche Standortfaktoren, wie beispielsweise eine hohe Bildung, hohe Leseaffinität und die Nähe zur europäischen Union“, so Peter Klossek. Mittlerweile werden 21 Tageszeitungen sowie zahlreiche Wochenzeitschriften und Monatspublikationen in Ungarn, Bulgarien, Kroatien, Serbien, Montenegro, Mazedonien und Rumänien publiziert. „Die Auflagen entwickeln sich in den einzelnen Ländern durchweg positiv“, so Unternehmenssprecher Peter Klossek.

Zirka 70 Volontäre bildet die WAZ-Gruppe im Jahr in den Redaktionen von Tageszeitungen, im lokalen Hörfunk und bei Publikumszeitschriften aus. Im Verlagssitz in Essen werden zirka drei bis fünf Trainees in kaufmännischen, verwaltenden und technischen Tätigkeitsfeldern betreut. Auch der Direkteinstieg ist möglich, ein erster Kontakt zum Unternehmen durch Praktikum, Diplom-Arbeit oder ein Volontariat ist von Vorteil. Auch in Personalfragen macht sich die Expansion in den Osten bemerkbar. Vor allem im Managementbereich werden Bewerber gesucht, die Interesse an einer Tätigkeit in den neuen Märkten haben und dazu auch sprachliches Know-how mitbringen. ■

**Adecco Stellenindex – Printmedien**

Basis: 1.175 Stellenanzeigen aus dem Bereich Printmedien nach geforderten Qualifikationen  
 Basiszeitraum: Gesamtjahr 2003



Quelle: Adecco/EMC Medienservice