

BERTELSMANN

Bertelsmann stellt Weichen für Wachstum

13.12.2007 - 16:50 Uhr, Bertelsmann AG

Gütersloh (ots) - - Strategischer Fokus auf Wertsteigerung und organischem Wachstum
- Umsatz soll bis 2015 auf mehr als 30 Mrd. Euro gesteigert werden
- Mittelfristiges Investitionsvolumen von 5 bis 7 Mrd. Euro

Gütersloh / Berlin, 13. Dezember 2007 - Bertelsmann hat mit einer strategischen Neuausrichtung die Weichen für den zukünftigen Unternehmenserfolg gestellt und setzt dabei gezielt auf Wachstum. Bertelsmann soll im Rahmen dieser Wachstumsstrategie zu einem weltweit führenden Medien- und Serviceunternehmen mit attraktiven Geschäftsfeldern ausgebaut werden. Das kündigte der designierte Vorstandsvorsitzende Hartmut Ostrowski auf einem Führungskräfte-treffen des Unternehmens in Berlin an. Ostrowski, der sein Amt mit Wirkung zum 1. Januar 2008 antritt, betonte: "Wachstum ist die Basis von allem: Nur mit Wachstum können wir führende Marktpositionen sichern und ausbauen, nur mit Wachstum lassen sich auf lange Sicht Gewinne und der Wert des Unternehmens steigern."

Vor mehr als 600 Führungskräften des Konzerns präsentierte Ostrowski seine Pläne mit klar definierten Zielvorstellungen: Bis 2015 soll der Umsatz von derzeit knapp 20 Mrd. Euro auf mehr als 30 Mrd. Euro erhöht und das Operating EBIT von zuletzt rund 1,9 Mrd. auf über 3 Mrd. Euro gesteigert werden. Zudem strebt Ostrowski ein deutlich erhöhtes organisches Wachstum pro Jahr von mehr als vier Prozent und eine Kapitalrendite von über acht Prozent an.

Bei der Vorstellung der neuen Bertelsmann-Strategie rückte Ostrowski drei Leitlinien in den Mittelpunkt: Führung übernehmen (take the lead), Wachstum generieren (go for growth) und Werte schaffen (create value). "Nur wenn es uns gelingt, Führung zu übernehmen, nur wenn es uns gelingt zu wachsen und nur wenn es uns gelingt, den Wert von Bertelsmann zu steigern, nur dann werden wir unserer Aufgabe gerecht", so der designierte Vorstandschef.

Um insbesondere in den reifen Medienmärkten nachhaltiges organisches Wachstum generieren zu können, wird es nach Aussage von Ostrowski in Zukunft wichtiger denn je sein, dass jede Führungskraft ihre unternehmerische Freiheit nutzt und mit einem Höchstmaß an Eigenverantwortung nach ehrgeizigen Zielen strebt.

Führung übernehmen bedeute aber auch, "junge und talentierte Menschen zu finden und so auszubilden, dass sie in der Lage sind, selbst Führungspositionen einzunehmen", betonte Ostrowski. Er forderte sein Managementteam auf, Nachwuchsarbeit zur Chefsache zu machen und ganz gezielt das Gespräch mit den Unternehmern von morgen zu suchen.

Zusätzliche Wachstumspotenziale kann sich Bertelsmann nach Überzeugung des künftigen Vorstandschefs auf mehreren Wegen erschließen: Das Portfolio müsse stärker auf die Wachstumstreiber im Konzern ausgerichtet werden, im Konzern müsse eine echte Innovationskultur herrschen, es sollte mehr in dynamische Geschäftsfelder wie das Internet, Bildung und Services investiert und die Marktstellung in rasch wachsenden Märkten wie Russland und Asien ausgebaut werden.

So sieht Ostrowski noch zahlreiche Chancen für organisches Wachstum innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche. Als Beispiel für die Nutzung von Marktchancen über neue Verbreitungswege oder eine

breitere Definition der Märkte nannte er den erfolgreichen Start von Random House Films. Wachstum in gesättigten Märkten sei nur möglich, "wenn wir unsere Geschäftsbasis ausdehnen und uns neue Ziele setzen". Geschäftsbereiche, die Wachstumsziele wiederholt verfehlten, dürften das Unternehmen nicht auf Dauer belasten. "Es ist eine alte Unternehmerweisheit, dass man ein Lamm nur in den seltensten Fällen zu einem Löwen machen kann. Wir müssen Geschäftsfelder evaluieren und - wenn es sein muss - auch harte Entscheidungen treffen. Dass dabei Geschäfte, die organisch schrumpfen, unter besonderer Beobachtung stehen, versteht sich von selbst."

Nachhaltige Wachstumsoptionen verspricht sich Bertelsmann zudem von einer Innovationsinitiative. "Wir müssen neue Ideen entwickeln und Wege beschreiten, die vor uns noch keiner gegangen ist", appellierte Ostrowski an die Bertelsmann-Manager.

Neben dem organischen Wachstum setzt Bertelsmann aber auch auf gezielte Investitionen in stark wachsende Märkte wie den Bildungssektor, die Dienstleistungsbranche und das Internet. Dazu stehen dem Unternehmen in den kommenden fünf Jahren zwischen fünf und sieben Mrd. Euro zur Verfügung. Der Bereich Bildung beispielsweise verspricht aus Sicht Ostrowskis nicht nur hohe Wachstumsraten, sondern sei auch ein Geschäftsfeld, auf dem sich die Medien- und Dienstleistungskompetenz von Bertelsmann "ideal ergänzen kann". Außerdem biete die Kombination aus Bildung und Internet interessante Perspektiven.

Mit der strategischen Neuausrichtung verfolgt Bertelsmann laut Ostrowski vorrangig ein Ziel: den Wert des Unternehmens zu erhöhen. Um dies zu erreichen, soll die Umsatzrendite nachhaltig auf zehn Prozent gesteigert werden. Zudem hat sich der Vorstand vorgenommen, in den nächsten Jahren ein organisches Unternehmenswachstum von vier Prozent zu erreichen, auch wenn die relevanten Märkte durchschnittlich nur um ein Prozent wachsen.

Abschließend zeigte sich Ostrowski davon überzeugt, dass Bertelsmann mit der Neuausrichtung und dem bestehenden Team gut für die Herausforderungen der Zukunft gerüstet sei: "Ich kann mir kein besseres Team vorstellen, um unsere Ziele zu erreichen. Bertelsmann wird sich auch in Zukunft positiv weiterentwickeln."

Über die Bertelsmann AG

Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen, das in den Bereichen Fernsehen (RTL Group), Buch (Random House), Zeitschriften (Gruner + Jahr), Musik (BMG), Medienservices (Arvato) und Medienclubs (Direct Group) in mehr als 60 Ländern der Welt aktiv ist. Anspruch von Bertelsmann ist es, Menschen weltweit mit erstklassigen Medien- und Kommunikationsangeboten - Unterhaltung, Information und Services - zu inspirieren und damit in den jeweiligen Märkten Spitzenpositionen einzunehmen. Grundlage des Erfolges von Bertelsmann ist eine Unternehmenskultur, die auf Partnerschaft, Unternehmergeist, Kreativität und gesellschaftlicher Verantwortung basiert. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, kreative, zukunftssträchtige Ideen zur Marktreife zu bringen und Werte zu schaffen.

Zu Bertelsmann gehören die Fernsehsender, Radiostationen und TV-Produktionsgeschäfte von Europas größtem Entertainmentkonzern RTL Group (RTL Television, M6, Five, Fremantle Media) sowie die mehr als 120 Verlage der weltweit größten Buchverlagsgruppe Random House (Alfred A. Knopf, Bantam, Goldmann). Auch der führende europäische Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr (Stern, Geo, Neon, Capital) sowie das beim Unternehmensbereich BMG angesiedelte Joint Venture Sony BMG (Beyoncé, Dixie Chicks, Justin Timberlake, Christina Aguilera) stehen für Kreativität und starke Marken. Die Medien- und Kommunikationsdienstleistungen des Unternehmensbereichs Arvato umfassen Distribution, Service Center und Kundenbindungssysteme, hochmoderne Druckereien, die Speichermedienproduktion, Mobile Services und umfassende IT-Dienstleistungen. In der Direct Group sind die Endkundengeschäfte von Bertelsmann gebündelt: Buch-, DVD- und Musikclubs (Der Club, France Loisirs) sowie Buchhandelsketten in Frankreich und Portugal.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Andreas Grafemeyer
Leiter Medien- und Wirtschaftsinformation
Tel.: 05241-80-2466

E-Mail: andreas.grafemeyer@bertelsmann.de

Originaltext:

Bertelsmann AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/7842/bertelsmann-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_7842.rss2