

01.09.2011 - 08:57 Uhr

Gruner + Jahr: Erfolgreich im Kerngeschäft - G+J steigert Umsatz im 1. Halbjahr 2011, das Ergebnis liegt erneut auf sehr hohem Niveau

Hamburg (ots) -

Hamburg, 1. September 2011 - Der Konzernumsatz von Gruner + Jahr stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich und erreichte 1.250 Mio. EURO (2010: 1.217 Mio. EURO). Das Operating EBIT konnte annähernd auf dem hohen Niveau des Jahres 2010 gehalten werden. So erwirtschaftete G+J ein, um Sondereffekte bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Operating EBIT) von 126 Mio. EURO nach 130 Mio. EURO in 2010. Ein sehr erfreuliches Ergebnis, insbesondere vor dem Hintergrund der gestiegenen Papierpreise. Trotz der unterschiedlichen Entwicklungen in den für G+J relevanten internationalen Märkten, erreichte G+J erneut eine Rendite von 10,1 Prozent (2010: 10,7 Prozent).

Die Vertriebs- und Werbeerlöse stiegen weltweit. Allein die Vertriebslöse konnten um rund 5 Mio. auf 390 Mio. EURO (Vorjahr: 385 Mio. EURO) gesteigert werden. Die Werbeerlöse entwickelten sich weltweit unterschiedlich und erreichten insgesamt 383 Mio. EURO im ersten Halbjahr 2011 (2010: 382 Mio). Nach Sondereinflüssen und Einmaleffekten erreicht Gruner + Jahr im 1. Halbjahr 2011 ein EBIT in Höhe von 123 Mio. EURO (Vorjahr: 125 Mio. EURO).

Gruner + Jahr hält am konsequenten Umbau und Ausbau des Kerngeschäftes fest und investiert unverändert in Qualitätsjournalismus.

Neben der anhaltend guten Entwicklung in Deutschland konnte besonders Frankreich, unter verbesserten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein erfreuliches Umsatzwachstum und einen Ergebnisanstieg, der durch erfolgreiche Strukturmaßnahmen gestützt wird, ausweisen. Der spanische Markt bleibt weiterhin schwierig, die Anzeigengeschäfte der Titelfamilien erreichten nahezu Vorjahresniveau. Österreich entwickelt sich umsatzseitig weitgehend stabil, China zeigt weiterhin ein deutliches Wachstum.

Der bereits im Herbst 2008 national wie international eingeleitete und konsequent weiter fortgeführte Umbau des Kerngeschäftes wirkt nachhaltig. Mit den passgenauen und dezentral umgesetzten Maßnahmen gelang eine signifikante Absenkung der Kostenbasis, ohne Einbußen bei Qualität oder Relevanz der journalistischen Produkte, sowohl bei Print als auch im Online-Bereich. Die Magazine und Zeitungen des Verlags sind in bester Verfassung, die journalistischen Inhalte überzeugen auf höchstem Niveau.

Magazinneueinführungen des Jahres 2011 wie YUNO und ÇA M'INTERESSE VIVRE MIEUX, GEO SAVOIR, WOMEN`S HEALTH oder die Akquisition einer Mehrheit an GRAZIA und die in 2011 in weiten Teilen des Portfolios international und national durchgeführten Heftoptimierungen, sowie Verbesserungen bei Layout und Titelgestaltung zeigen deutlich, dass G+J unverändert in das Kerngeschäft investiert und am Qualitätsjournalismus festhält.

Das gute Ergebnis im ersten Halbjahr 2011 ermöglicht es G+J, weiter in definierte Wachstumsfelder zu investieren. So gelang erst vor wenigen Wochen der Markteintritt in Indien durch die Übernahme der Mehrheit an dem Verlag MaxPosure, der im Bereich Consumer Publishing und Corporate Publishing tätig ist.

Im Bereich Corporate Publishing konnten im ersten Halbjahr national und international weitere 34 Kunden und Projekte gewonnen werden. G+J Corporate Editors in Deutschland wurde alleine in den ersten beiden Quartalen 2011 mit 26 Preisen für die herausragende Kreativität und Qualität im Geschäftsfeld Corporate Publishing ausgezeichnet.

Im Bereich der digitalen Geschäftsfelder setzt G+J weiterhin auf starke Marken und deren relevante Inhalte im Netz. Bei allen Aktivitäten gilt die Zielsetzung, die Refinanzierung hochwertiger journalistischer Inhalte im Netz mit einem Mix aus unterschiedlichen Erlösmodellen sicherzustellen. Die Digitalvermarktung von G+J EMS und die fortgeführte Internationalisierung der EMS Tochter Ligatus führen zu einem signifikanten Umsatzwachstum in diesem strategischen Ausbaubereich.

Die Druckgeschäfte von Prinovis und Brown Printing konnten im Berichtszeitraum den Umsatz leicht steigern, das Ergebnis entwickelte sich rückläufig. Das Dresdner Druck- und Verlagshaus setzte seine umsatz- und ertragsstarke Performance der Vorjahre fort.

Gruner + Jahr ist unverändert auf Kurs

Dr. Bernd Buchholz, Vorstandsvorsitzender der Gruner + Jahr AG: "Das äußerst gute Ergebnis des 1. Halbjahres 2011 zeigt uns nicht nur, wie erfolgreich Gruner + Jahr unterwegs ist, sondern auch, dass unsere Strategie stimmt. Der gelungene Umbau und dessen konsequente Weiterführung sowie die erfreulich positive Entwicklung in den Ausbaufeldern Onlinevermarktung, Asien und Corporate Publishing zeigen, dass wir G+J in die richtige Richtung weiterentwickeln."

Zur Entwicklung von G+J in den Märkten fügte Buchholz hinzu: "Wie schon im vergangenen Jahr sehen wir in unseren Kernmärkten unterschiedliche Marktentwicklungen. Wiederholt weist G+J in Deutschland ein solides Wachstum aus, Österreich liegt weiterhin auf hohem Niveau, Frankreich entwickelt sich erfreulich positiv. Der spanische Markt erwies sich insbesondere im Vertriebsmarkt weiterhin als schwierig, während das Anzeigengeschäft der Titelfamilien nahezu Vorjahresniveau erreicht, Osteuropa bietet insgesamt weiterhin ein schwieriges Marktumfeld. China hingegen glänzt unverändert mit hohen Wachstumsraten."

Für Redaktionen: Ein aktuelles Pressefoto des Vorstandsvorsitzenden Dr. Bernd Buchholz ist in hochauflösender Form verfügbar.

Kontakt:

Claus-Peter Schrack
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 31 13
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 17
E-Mail schrack.claus-peter@guj.de
Internet www.guj.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001289/100703130> abgerufen werden.