

09.10.2007 - 10:00 Uhr

## **Langenscheidt Verlagsgruppe schließt Geschäftsjahr 2006 positiv ab: 3,1 Prozent Zuwachs zum Vorjahr**

*München / Frankfurt (ots) -*

Anlässlich der Frankfurter Buchmesse stellt die Langenscheidt Verlagsgruppe ihre Geschäftszahlen für das Jahr 2006 vor. Mit einem vollkonsolidierten Gesamtumsatz von 263 Millionen Euro weltweit legte die Langenscheidt Verlagsgruppe um 3,1 Prozent zum Vorjahr (255 Mio.) zu.

Umsatzsprung im Bereich Wissen und Deutsche Sprache

Hauptverantwortlich für den Zuwachs ist das Ergebnis des Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus-Konzerns mit seinen Tochtergesellschaften, der im Geschäftsjahr 2006 95 Millionen Euro Umsatz (Vorjahr 70 Mio.) auf konsolidierter Basis verzeichnete. Zurückzuführen ist das überdurchschnittliche Wachstum vor allem auf die Neuauflage des Duden zum Inkrafttreten der Rechtschreibreform. Außerdem trugen zum Wachstum die schulischen Aktivitäten sowie Akquisitionen, wie z.B. der Kalenderverlag Weingarten bei. Ferner die 30-bändige Brockhaus Enzyklopädie, die Medienkooperationen mit der Wochenzeitung DIE ZEIT und dem Magazin GEO sowie erstmals die Ausgabe des "Guinness WORLD RECORDS". Durch diesen Umsatzsprung ist der Bereich Wissen und Deutsche Sprache zur umsatzstärksten Säule der Verlagsgruppe geworden.

Investitions- und Innovationsjahr für die Langenscheidt KG

Der Sektor Fremdsprachen schloss 2006 mit einem zum Vorjahr leicht rückläufigen Umsatz von 87 Millionen Euro (Vorjahr 91 Mio.) ab. Das Markensegment Berlitz entwickelte sich in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, USA und Asien ebenso erfreulich wie das Geschäftsfeld Electronic Business (bis zu 50 Prozent Umsatzzuwachs). Der im Jahr 2006 allgemein leicht rückläufige Wörterbuchumsatz in mehreren Ländern, insbesondere den USA, konnte damit allerdings nicht vollständig ausgeglichen werden. Langenscheidt investierte zu seinem 150-jährigen Jubiläum ein Zusatzbudget von 1,5 Millionen Euro zur langfristigen Profilschärfung und Markenverjüngung. Insbesondere für die Zielgruppen Handel und Bildung wurden umfangreiche Maßnahmen in Gang gesetzt. Das Unternehmen setzt weiterhin verstärkt auf Produkt-Innovationen. So wurde z.B. im vergangenen Jahr mit dem "Explorer-Wörterbuch" ein völlig neuer Wörterbuch-Typus entwickelt und im Markt verankert.

Konzentrationsbewegung auf dem internationalen Reiseführer- und Kartografiemarkt

Der hierzulande in den letzten Jahren durchlebte Konzentrationsprozess des Reiseführer- und Kartografiemarktes hat 2006 auch die internationalen Märkte erreicht: Die Konzentration aller Handelsbereiche zieht eine veränderte Rabattstruktur nach sich. Der auch 2006 schwache Dollarkurs wirkte sich wiederum auf das Ergebnis aus. Die Langenscheidt-Gruppe erzielte im Sektor Reise- und Kartografie einen Umsatz von 81 Millionen Euro (Vorjahr 94 Mio.). Langenscheidt als Marktführer Straßenkartografie an der amerikanischen Ostküste baut auf internationale Allianzen

insbesondere in den USA und Asien: Mit der Michelin-Gruppe wurde Ende 2006 eine umfangreiche internationale Vertriebskooperation ins Leben gerufen. Zudem wurde 2007 in London ein gemeinsamer Verlag gegründet, der die englischsprachigen Michelin-Reiseführer weltweit verlegt. Damit soll die Positionen beider Unternehmen in den jeweiligen Märkten weiter gestärkt werden.

Ausblick: Langenscheidt Gruppe baut Wachstumsfelder aus

Verstärkte Aktivitäten im Schulbuchgeschäft zum Schuljahr 2008/2009 Wachsen will das Unternehmen in den nächsten Jahren in mehreren Segmenten:

Große Erwartungen werden in die Verstärkung der Schulbuchaktivitäten gesetzt. Zusammen mit "DudenPaetec" sollen zum Schuljahr 2008/2009 bundesland-spezifische Ausgaben des neuen Englisch-Lehrwerks für den Fremdsprachenfrüherwerb an Grundschulen in Deutschland eingeführt werden. Langenscheidt ist bereits in einigen Segmenten an Schulen vertreten, eine komplette Marktdurchdringung in den Grundschulen soll nun mit gebündelten Kräften erreicht werden.

Das Team des Langenscheidt Übersetzungsservice LÜS wurde vergrößert und der Firmensitz 2007 nach München verlegt, um weitere Marktanteile im Bereich der professionellen Übersetzung hinzuzugewinnen. Der Entertainment-Verlagsbereich wächst seit 2004 kontinuierlich. 2007 erschienen weitere Bände wie "Übelsetzungen" und zuletzt "Politiker-Deutsch" mit Maybrit Illner. Vier Titel sind ununterbrochen auf der Bestsellerliste, weitere Neuerscheinungen sind in Vorbereitung.

Neben den gedruckten Angeboten der Verlagsgruppe wird am Ausbau der digitalen Angebote gearbeitet. Zuletzt startete Meyers Lexikonverlag Deutschlands erstes Mitmachlexikon unter Aufsicht einer Expertenredaktion. Das Ziel von Meyers Lexikon online ist es, ein umfassendes, redaktionell geprüftes Internetlexikon mit verlässlichen und objektiven Inhalten zu schaffen.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Langenscheidt Verlagsgruppe  
Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Bernhard Kellner  
Mies-van-der-Rohe-Straße 1  
80807 München  
Tel.: 0049 / (0)89 / 36096-291  
Fax: 0049 / (0)89 / 36096-295  
Mobil: 0163 / 5609607  
e-Mail: b.kellner@langenscheidt.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000113/100546667> abgerufen werden.