

Gruner + Jahr entwickelt sich mit eZ Publish

Dienstag, 08. Januar 2008 09:38:12

In einem Interview mit Global Partner Manager Bertrand Maugain von eZ Systems beschreibt Gruner + Jahr AG & Co. KG, der größte Zeitschriftenverlag Europas, zum einen die Herausforderungen, die mit dem Wandel vom traditionellen Print-Publishing hin zu elektronischer Mediendistribution verbunden sind, und zum anderen die Gründe, warum Gruner +Jahr eZ Publish als neue Publishing-Plattform gewählt hat. Mit mehr als 300 Zeitschriften und Zeitungen in 24 Ländern sah sich G+J der beachtlichen strategischen Herausforderung gegenüber, die Kernkompetenzen seiner Publishing Groups auch im Bereich elektronischer Medien zu stärken. Für ihren Plan, ein neues CMS in allen Ländern zu implementieren, in denen Gruner + Jahr International operiert, und angesichts der Absicht, das CMS mit bestehenden Systemen zu integrieren, kam für G+J nur eine flexible, multilinguale Lösung wie eZ Publish in Frage.

Im Interview spricht Angela Broer davon, dass die größte Herausforderung in der Umgestaltung der Organisation, sowohl von Management als auch von Redaktionsteams, bestehe. Eine technische Infrastruktur bereitzustellen, die es auch technischen Nicht-Fachleuten erlaubt, ihre Aufgaben einfach und problemlos zu erledigen, ist ein erfolgsentscheidender Faktor für solch ein Projekt. Bestehende Umsatzquellen zu unterstützen und zugleich neue Umsatzmodelle zu ermöglichen, stellt zudem den geschäftlichen Erfolg des Projekts sicher. Lesen Sie im folgenden das gesamte Interview:

BM: Könnten Sie G+J als Mediengruppe bitte beschreiben?

AB: Mit mehr als 300 Zeitschriften und Zeitungen in 24 Ländern, mehr als 14.500 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 2,86 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2006 ist die Gruner + Jahr AG & Co. KG einer der größten Zeitschriftenverlage Europas. Mit einem internationalen Anteil von 57 Prozent am Gesamtumsatz ist Gruner + Jahr eines der internationalsten Zeitschriftenverlagshäuser der Welt. Die Zentrale des Unternehmens ist in Hamburg.

Die Geschäftsaktivitäten von Gruner +Jahr sind in fünf Bereiche strukturiert: G+J Deutschland; G+J International; G+J France; Print; und Corporate Services. Der Onlinebereich wird für G+J immer wichtiger und mit dem ‚Expand your Brand‘-Ansatz hat G+J eine klar Strategie, die Marke und die Kernkompetenzen der Publishing Groups in den elektronischen Medien und in anderen Zukunftsfeldern zu stärken.

BM: War Print ein traditioneller Schwerpunkt von G+J?

AB: Als das größte Zeitschriftenverlagshaus in Europa war und ist G+J auf das Printgeschäft fokussiert. Dennoch erkennt G+J die Möglichkeiten, die die digitale Welt für die Printmarken eröffnet – als echte Herausforderungen und als große Chancen für weiteres Wachstum in der Zukunft.

BM: Sind Sie mit der Herausforderung konfrontiert, vom traditionellen Print-Publishing zum Online-Publishing migrieren zu müssen?

AB: Die größte Herausforderung ist der Wandel der Organisation, im Management genauso wie in den Redaktionen. Aber gleichzeitig ist es wichtig, den Wandel mit der bestmöglichen technischen Infrastruktur zu unterstützen, damit auch Nicht-IT-Fachleute einfach und problemlos mit den Systemen arbeiten können, die wir ihnen zur Verfügung stellen.

BM: Wie generieren Sie online Umsätze und wie sorgen Sie für Traffic auf Ihren Sites?

AB: Natürlich ist Online-Advertising für G+J die wichtigste Umsatzquelle. Die meisten der G+J Online-Produkte betrachten wir als Ergänzung und Erweiterung der Printtitel und nicht als Substitutionen, die die Printtitel kannibalisieren würden. Aber hier und genauso beim Umsatzmodell sind wir offen für alle neuen Entwicklungen und für ‚Experimente‘ mit zukünftigen Modellen.

BM: Was diesen Prozess angeht, worauf haben Sie im Hinblick auf die digitale, also die CMS- oder Publishing-Plattform geachtet?

AB: Wir haben eine Plattform gesucht, die den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer verschiedenen Websites, Publishing Groups und Ländern gerecht wird, weil wir eZ in allen Ländern von G+J International implementieren wollen. Da wir unser zukünftiges CMS mit bestehenden Systemen kombinieren möchten, war ein modularer Ansatz, wie ihn eZ Publish bietet, sehr wichtig für uns.

BM: Warum haben Sie sich letztlich für eZ Publish entschieden?

AB: Die wichtigsten Faktoren für G+J waren das modulare Konzept des Systems, der internationale Ansatz und die einfache Bedienbarkeit von eZ Publish.

BM: Was sind Ihre aktuellen Pläne für den Roll-out von Sites mit eZ Publish?

AB: Im Moment sind wir dabei, mithilfe einer deutschen Agentur die Plattform aufzusetzen. Wir haben vor, sie dann im Frühling in den ersten Ländern von G+J International auszurollen.

BM: Werden Sie an der eZ Conference 2008 teilnehmen?

AB: Wir sind noch nicht ganz sicher, aber wir hoffen sehr, dort sein zu können.

BM: Danke für das Interview! Ich hoffe dann, wir werden Sie auf der eZ Conference 2008 sehen.

Thomas Øverbø