

Basics: Gabler Verlag

Verlagsgeschichte

Die Produkte im Überblick

Stichwort „Community Organizing“

„Who is Who“ bei Gabler

Gabler Verlag – Springer Science+Business Media

Verlagsgeschichte

... Verlagsgründung



Dr. Reinhold
Sellien

Mit dem Wunsch, das Verständnis der entscheidenden Wirtschaftskreise für die noch junge Betriebswirtschaftslehre zu wecken, gründen die beiden Freunde **Reinhold Sellien** und **Dr. Theodor Gabler** im Jahre **1929** den **Betriebswirtschaftlichen Verlag Dr. Th. Gabler**.

Das unternehmerische Geschick der Gründer führt den Verlag durch die tiefe Wirtschaftsdepression 1932. Das Startprodukt „Magazin des Kaufmanns“ verzeichnet trotz der prekären wirtschaftlichen Situation fast 3000 feste Bezieher.



... 2. Weltkrieg und Nachkriegszeit



Helmut Sellien

Während der Kriegswirren wird weiterhin das „Magazin des Kaufmanns“ publiziert, und die ausgebombten Verlagsangestellten finden vorübergehend Unterkunft im Verlag. Kurz vor der Kapitulation im Jahre 1945 rettet Reinhold Sellien das Verlagshaus persönlich vor dem Übergriff der Flammen von einem benachbarten

Gebäude. Im Jahre 1946 steigt Reinhold Selliens Bruder **Helmut Sellien** in den Verlag ein. Er ist **der geistige Vater des 1956 erstmals publizierten Wirtschaftslexikons**.



Die 60er Jahre sind vom Ausbau des wirtschaftswissenschaftlichen Lehr- und Handbuchprogramms geprägt.

1972 gibt Sellien über einen **Kooperationsvertrag** zunächst eine **Minderheitsbeteiligung** an die **Verlagsgruppe Bertelsmann** ab. Im Jahr **1978** überträgt Sellien seine **restlichen Anteile an Bertelsmann**. Damit ist die schrittweise Entwicklung vom inhaber-geleiteten Verlag zum management-geführten Medienunternehmen vollzogen.

... 1978 bis heute

Die 80er Jahre sind geprägt durch den Ausbau der führenden Marktposition auf nahezu allen Gebieten der Wirtschaftsliteratur. Den Schwerpunkt bilden Lehr- und Handbücher, Bücher für die Wirtschaftspraxis sowie kaufmännische Schulbücher.



Dr. Hans-Dieter Haenel mit seinem Vorgänger Dr. Frank Lube (links im Bild)

Im Jahre **1985** übernimmt der heutige Geschäftsführer **Dr. Hans-Dieter Haenel die Leitung des Gabler Verlags**.

Durch die immensen Fortschritte der elektronischen Medien in den 90er Jahren verändert sich auch die Produktpalette des Verlags: Das Gabler Wirtschaftslexikon wird beispielsweise bereits seit 1988 auch auf CD-ROM angeboten.

1995 werden die **Verlage Gabler, Westdeutscher Verlag, Vieweg und der Deutsche Universitäts-Verlag** unter dem Dach der **GWV Fachverlage GmbH** in Wiesbaden zusammengeführt. Im selben Jahr

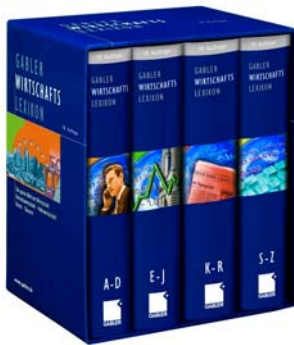


kommt der **Verlag Dieter Zimpel** hinzu. Seit kurzem gehört der **Media-Daten Verlag** zur Unternehmensfamilie. Im Jahr 2003 wurde der sozialwissenschaftliche **Verlag Leske+Budrich** integriert und Anfang 2004 mit dem Westdeutschen Verlag zum **VS Verlag für Sozialwissenschaften** fusioniert.

Die Produkte des Gabler Verlags im Überblick

Buchprogramm Wissenschaft/Berufliche Bildung

➤ Gabler Wirtschaftslexikon



Das Flaggschiff des Gabler Verlags in der 16. Auflage (1. Auflage 1956). Zusätzlich bietet die Neuauflage ein besonderes Highlight: Die limitierte Designausgabe des Wirtschaftslexikons.

<http://www.gabler.de/wirtschaftslexikon.htm>

➤ Die „Meffert Marketing Edition“

Seit Anfang der 90er Jahre gibt es die ‚Meffert Marketing Edition‘ unter Herausgeberschaft des ‚Marketing-Papstes‘ Heribert Meffert. Mit dem Titel „Markenmanagement“ feierte im Jahre 2002 das neue Layout der Edition seine Premiere.



➤ Manfred Bruhn

Manfred Bruhn, Professor an der Universität Basel, gehört zu den Stammautoren des Gabler Verlags. Bereits in der fünften Auflage liegt das Standardwerk für Marketingstudenten – „Marketing“ – vor.

➤ Christian Homburg



Der Mannheimer Hochschulprofessor veröffentlicht bei Gabler sowohl wirtschaftswissenschaftliche

Literatur als auch populärere Titel, die sich an Praktiker wenden:

Homburg/Krohmer: Marketingmanagement

Bruhn/Homburg: Gabler Marketing-Lexikon

Homburg: Kundenzufriedenheit

Homburg/Stock: Der kundenorientierte Mitarbeiter

Homburg et al.: Sales Excellence

➤ **Gabler Berufs- und Karriereplaner**

In Kooperation mit MLP erscheinen die jährlich aktuellen Berufs- und Karriereplaner für die Bereiche Wirtschaft (seit 1997), IT (seit 1999) und Technik (seit 1998). Die Autoren sind erfahrene



Fachjournalisten und ausgewiesene Experten zum Thema Studium, Beruf und Karriere. Umfangreiche Adressenteile und ausführliche Firmenprofile mit allen wichtigen Anschriften und Ansprechpartnern in Unternehmen helfen Berufseinsteigern bei der Karriereplanung.

<http://www.karriereplaner.de>

➤ **Berufliche Bildung:** Etablierte **Lehrbücher** für **Steuerfach-, Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte**



Jährlich erscheinen von Manfred Bornhofen die Titel „Steuerlehre 1“ und „Steuerlehre 2“ (seit 1981) sowie „Buchführung 1“ bzw. „Buchführung 2“ (seit 1984) – jeweils mit Lösungsbuch – bei Gabler. ‚Der Bornhofen‘ garantiert 100%ige Aktualität und

Termintreue und ist damit das maßgebliche Lehrwerk für

Steuerfachangestellte.

<http://www.bornhofen.de>

Buchprogramm Wirtschaftspraxis

- **Handbuch Finanzierung** unter Herausgeberschaft von **Rolf-E. Breuer**, 3. Auflage



Der ehemalige Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank, Rolf-E. Breuer, stellte die Neuauflage des Handbuchs persönlich bei der Deutschen Bank in Frankfurt der Öffentlichkeit vor.

- **Lindmayer, Karl H.: Geldanlage und Steuer 2005**

Dieser Titel erscheint seit über 20 Jahren im Herbst und stößt auf eine außerordentlich breite Resonanz, wie Rezensionen in der Bild am Sonntag und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung zeigen.

- **Dallmer, Heinz: Handbuch Direct Marketing & More**

Dieser Titel bietet in der 8. Auflage alles rund ums Thema Direktmarketing. Zusätzlicher Nutzen: Insgesamt über 1000 Charts illustrieren die einzelnen Beiträge der renommierten Experten. Diese Charts sind getrennt auf DVD erhältlich und können für eigene Präsentationen verwendet werden.

- **Gabler Karriereplaner**

Unter dem Titel „Karriere machen“ wurde im Herbst 2002 die Dachmarke „Gabler Berufs- und



Karriereplaner“ für die Zielgruppe Young Professionals ausgeweitet. Die ersten Karriereplaner für verschiedene Berufsgruppen bieten fundiert recherchierte Informationen und geben praktische Tipps für die Karriere im Vertrieb, in Unternehmensberatungen, in Banken und Versicherungen sowie in der Steuer- und Wirtschaftsprüfung.

<http://www.karriereplaner.de>

- **Populärere Wirtschaftstitel** erscheinen seit mittlerweile 6 Jahren immer gebündelt im Herbst. Aktuelle Titel:

Friedrich Schneider: Arbeit im Schatten

Sabine Asgodom: Wer lächelt, lebt länger

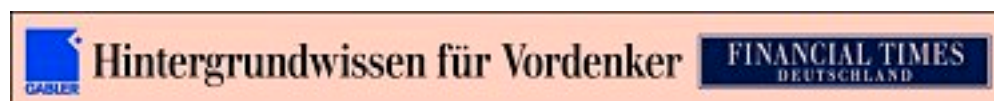
Thomas D. Zweifel: Communicate or die

- **Kooperation mit der Financial Times Deutschland**



Seit Oktober 2002 kooperiert der Gabler Verlag mit der Financial Times Deutschland. Unter dem Motto „Hintergrundwissen für Vordenker“ sind im Mai 2003 die ersten Buchtitel erschienen. Das gemeinsame Buchprogramm steht für die Stärken der

beiden Marken: aktuelle Themen und kompetente Hintergrundinformationen für die Wirtschafts- und Finanzwelt.



Periodika

bankmagazin

gegründet 1952

<http://www.bankmagazin.de>

CallCenter^{PROFI}

gegründet 1997

<http://www.callcenterprofi.de>

working@office

Aus der Fusion der Zeitschriften Sekretariat und Assistenz entstand 1999 die Zeitschrift working@office.

<http://www.workingoffice.de>

bank fachklasse

gegründet 1979

<http://www.bankfachklasse.de>

CONTROLLING & MANAGEMENT

gegründet 1957

<http://www.zfcm.de>

versicherungsmagazin

gegründet 1954

<http://www.versicherungsmagazin.de>

sales BUSINESS

gegründet 1991

<http://www.salesbusiness.de>

ZfB

Die im Jahr 1924 gegründete Zeitschrift für Betriebswirtschaft feiert 2004 ihr 80-jähriges Bestehen.

<http://www.zfb-online.de>

innovative VERWALTUNG

gegründet 1978

<http://www.innovativeverwaltung.de>

Journal of International Business mir 3/2003

gegründet 1961

<http://www.uni-hohenheim.de/~mir/>

Seminare



Seit 1990 bietet Gabler mit dem „Gabler Management Institut“ Seminare, Fachtagungen und Konferenzen an. Die Themenschwerpunkte der jährlich rund 160 Seminare: Unternehmens- und Mitarbeiterführung, Persönlichkeitsentwicklung und Arbeitstechniken.



Für Sekretärinnen und Assistentinnen bietet Gabler mit „Sekretariat Seminare“ das komplette Sekretariats-Know-how.

<http://www.gabler.de/gmi/>

Stichwort „Community Organizing“

Der Gabler Verlag versteht sich als Informationsdienstleister und **Community Organizer**:

Ob Auszubildender, Student, Verkäufer, Sekretärin oder Manager – zu den Themen Wirtschaft, Management und Finanzdienstleistungen findet der Kunde konkreten Nutzen und verlässliche Lösungen. Er kann dabei zwischen Fach- und Lehrbüchern, Fachzeitschriften, Seminaren oder Fachtagungen, digitalen Medien, Online-Angeboten, Handbüchern und Lexika wählen.

Diese Philosophie spiegelt auch die **Produktpalette** des Gabler Verlags:

- Rund 300 Neuerscheinungen in den Programmbereichen Wissenschaft, Management und Finanzdienstleistungen
- Insgesamt 10 Fachzeitschriften (bankmagazin, [working@office](#), versicherungsmagazin, salesBUSINESS, CallCenterProfi, Innovative Verwaltung, Bankfachklasse, ZfCM-Zeitschrift für Controlling & Management, ZfB – Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre, mir – management international review)
- Rund 160 Seminare, Konferenzen und Fachtagungen jährlich für Sekretärinnen/Assistentinnen und Manager im „Gabler Management Institut“ bzw. bei „Sekretariat Seminare“
- Online-Informationsportal „business-guide.de“

Dr. Hans-Dieter Haenel: „Information – auch Fachinformation – ist heute keine Einbahnstraße mehr. Die moderne Kommunikations-technologie ermöglicht den Dialog, den der Informationsverbraucher als unser Kunde auch fordert. Dieser Tatsache müssen Fachverlage Rechnung tragen.“

Durch die Vielfalt medialer Angebote unter einem Dach ergeben sich Synergien, die erfolgreich für die Kunden genutzt werden: Im Jahre 1993 hat Gabler beispielsweise zur Zeitschrift „salesBUSINESS“ eine Buchreihe rund um Verkauf und Kundenmanagement implementiert. In der Sales-Community bekannte Autoren wie Günter Greff, Nikolaus B. Enkelmann und Alexander Christiani schreiben seither in der Reihe „salesBusiness“ rund um Verkauf und Kundenmanagement.

Manuela Eckstein, Cheflektorin im Programmbereich Sales & Marketing: „In Zeiten schlechterer Wirtschaftslage und härteren Wettbewerbs müssen die Unternehmen mehr und besser verkaufen. Deshalb gewinnen die Themen Vertrieb und intelligentes Marketing einen immer höheren Stellenwert.“

Seit Anfang 2003 erscheinen Buchtitel rund ums Thema **Office** in Kooperation mit der Zeitschrift „[working@office](#)“.

Claudia Splittgerber, Leiterin des wirtschaftswissenschaftlichen Programms: „In einmaliger Breite und Tiefe finden die Leser bei uns alles, was sie für ein erfolgreiches wirtschaftswissenschaftliches Studium benötigen: Lehrbücher in aktuellen Auflagen, Handbücher und Fachbücher mit besonderem Bezug zur Unternehmenspraxis, Lexika, die eine schnelle, fundierte Orientierung bieten, Monographien und Sammelbände zu relevanten Spezialthemen sowie die renommierten Fachzeitschriften *ZfB* (Zeitschrift für Betriebswirtschaft), *ZfCM*

(Zeitschrift für Controlling und Management) und *mir* (management international review), die den Stand der Forschung repräsentieren – selbstverständlich auch online. Deshalb verstehen wir uns als *das* Forum der wissenschaftlichen Community.“

Das Credo des wissenschaftlichen Programmbereichs ist, das breite Spektrum der Betriebswirtschaftslehre zu präsentieren. Führende Köpfe der Wirtschaftswissenschaften publizieren zu den Themen Rechnungswesen/Controlling, Allgemeine und Spezielle BWL, Personal, Management und Marketing.

Innerhalb der **Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media** ist der **Gabler Verlag** damit eine tragende **Säule** für fundierte Information **im Bereich Wirtschaft**.

Who is Who bei Gabler

Geschäftsleitung



Information – auch Fachinformation – ist heute keine Einbahnstraße mehr. Die moderne Kommunikationstechnologie ermöglicht den Dialog, den der Informationsverbraucher als unser Kunde auch fordert. Dieser Tatsache müssen wir als Fachverlag Rechnung tragen. Springer Science+Business Media bündelt ihre Kompetenz in Sachen Wirtschaft in einer seiner wichtigsten Säulen: der Marke Gabler.

Dr. Hans-Dieter Haenel, Geschäftsführer

Gabler steht in der Welt der Wirtschaft für eine hochwertige und kompetente Wissensvermittlung. Wir lösen die Informationsprobleme unserer Kunden und verstehen uns dabei als Wissensmanager, der die gewünschte Information für die jeweilige Zielgruppe über unterschiedliche Medien zur Verfügung stellt. Dabei richten wir das Informationsangebot für Professionals aus Management & Finance, Sales & Marketing, Office & Verwaltung sowie Finanzdienstleistungen stets an den Bedürfnissen unserer Kunden aus.



Jan Peter Kruse, Verlagsleiter
(Wirtschaftspraxis)



Bei Gabler finden unsere Zielgruppen das nötige Hintergrundwissen für Studium und Praxis: Lehrbücher der renommiertesten Professoren, Handbücher und Fachbücher, Lexika Monografien sowie Fachzeitschriften. Mit einem Satz ausgedrückt: Kompetenz in Sachen Wirtschaft. Gabler versteht sich deshalb als *das* Forum für alle Bereiche der wirtschaftswissenschaftlichen Community.

Dr. Heinz Weinheimer, Verlagsleiter (Wissenschaft)



Für den Bereich Controlling/Unternehmensentwicklung ist es unser Ziel, die Investition in marktgerechte Produkte wirtschaftlich zu begleiten und die Umsetzung der Verlagsstrategie zu unterstützen. Im Zentrum stehen dabei unter anderem die strategiekonforme Planung und operative Steuerung des Unternehmens auf seinem Weg von Wachstum, Entwicklung und Gewinn!

Alexandra Schichtel, Leitung
Controlling/Unternehmensentwicklung

Unser Anspruch: Wir sind kompetente Partner und Ansprechpartner für unsere Lektorate und Redaktionen. Auf dem Weg zum Produkt stellen wir das notwendige technische und kaufmännische Know-how. Wir gewährleisten beste Qualität zum günstigsten Preis und liefern in der schnellsten Zeit.

Reinhard van den Hövel, Leitung Produktion



Als verantwortlichem Manager für das Anzeigengeschäft der GWV Fachverlage liegt mir der Komfort unserer Kunden im Dialog mit GWV besonders am Herzen. Professionelle Beratung und Abwicklung in punkto zielgruppengenaue und somit effizienter Werbung steht für uns ebenso im Mittelpunkt wie ein Höchstmaß an Serviceorientierung.

Thomas Werner, General Manager Advertising

Marketing, Vertrieb, Presse



Die Marke Gabler ist der Leuchtturm in der Wissenslandschaft der Wirtschaft. Der Slogan "Kompetenz in Sachen Wirtschaft" und die Farbe blau sind der verlässliche Anker für unsere Kunden.

Rolf-Günther Hobbeling, Leitung Marketing (Wissenschaft)

Mit der Marke Gabler begleiten wir unsere Zielgruppe vom Studium und der Ausbildung bis in die Berufspraxis hinein und idealerweise die Karriereleiter hinauf. Dabei stellen wir uns auf ein verändertes Kundenverhalten ein: Neben den klassischen Printprodukten stehen digitale Angebote immer stärker im Fokus. Unsere Vision ist es, unsere Zielgruppen komfortabel auf allen relevanten medialen Kanälen abzuholen, im Sinne eines integrierten Multichannel-Marketings.



Sue Lee, Leitung Marketing (Wirtschaftspraxis)



Es gibt nichts Wichtigeres als zufriedene Kunden – und daran arbeite ich mit meinem Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Innen- und im Außendienst Tag für Tag. Durch unsere gelebte Kundenorientierung kennen wir deren Bedürfnisse sehr genau und geben unseren Lektoren und Redakteuren nicht nur wichtige Impulse für neue Produkte und Dienstleistungen sondern setzen auch Qualitätsstandards in den verschiedenen Vertriebswegen zusammen mit unseren Partnern.

Gabriel Göttlinger, Leitung Vertrieb



Die Marke Gabler ist ein Versprechen. Das gesamte äußere Erscheinungsbild von Gabler visualisiert dieses Versprechen. Mein Ziel als Werbeleiterin und Hüterin der CI ist es, dass unsere Kunden beim Anblick der Farbe Blau zuerst an Gabler denken, an Professionalität und Nutzen, an Kompetenz in Sachen Wirtschaft.

Ilsebill Hobbeling, Leitung Werbung & PR

Als PR-Verantwortliche für die Zeitschriften von Gabler ist es mein Ziel, deren Inhalte und Profile weiter in das Bewusstsein und in den Fokus der Journalisten zu rücken. So sind Zeitschriften wie "bankmagazin" oder "[working@office](#)" ein Kompetenz- und Professionalitätsnachweis für die Marke Gabler



Julia Burger, PR-Referentin



Presse- & Öffentlichkeitsarbeit bedeutet für mich, eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Beziehung zu unseren Kollegen in den Medien zu pflegen. Intelligente PR verstehe ich als Informationsdienstleistung nach außen und nach innen. Das heißt konkret: Über Produkte, Themen und Unternehmensziele informieren und so den Verlag transparent zu machen. Der Weg: Ausgetretene Pfade verlassen, nur so findet man neue und zeitgemäße Wege zum Ziel!

Sonja Vollmer, PR-Referentin

Lektorate, Redaktion, Seminare



Unsere Vision: Fragt man einen BWL-Studenten und seinen Professor, einen Fachbuchhändler oder eine Führungskraft, welches der beste wirtschaftswissenschaftliche Fachverlag ist, darf es nur eine Antwort geben – Gabler! Denn bei Gabler finden Studenten, Dozenten und Praktiker solide Informationen der renommiertesten Experten aus der wissenschaftlichen Community.

Claudia Splittgerber, Programmleitung Wissenschaft

Unser erklärtes Ziel ist es, unsere Key-Player-Position nachhaltig zu sichern und weiter auszubauen: Für das Buchprogramm Wirtschaftspraxis durch die zielgruppenfokussierte Ausrichtung der Themenfelder und Buchformate auf die Informationsbedürfnisse der Wirtschaft. Mit der Zeitschrift *working@office* wollen wir neue Märkte im Osten Europas erobern. Ebenso wollen wir den Aufbau weiterer nutzwertiger Informationsangebote im Buch- und Online-Bereich voranbringen.



Maria Akhavan-Hezavei, Programmleitung Wirtschaftspraxis/Finanzdienstleistungen, Chefredaktion working@office und Innovative Verwaltung



Frühe Kundenbindung am Anfang des Berufslebens mit dauerhaften Vorteilen für beide Seiten – dies kennzeichnet Gabler Berufliche Bildung. Der Anfang einer lebenslangen Freundschaft – im Verbund mit den anderen Bereichen von Gabler. Mit unseren Büchern erlangen Auszubildende alles notwendige Wissen für die Prüfungen und die Anforderungen im Beruf. Unser Ziel: Auch in Zukunft wird Gabler Marktführer für Steuerfachangestellte sein. Der Weg: Aktualität, Verständlichkeit und Vollständigkeit des relevanten Wirtschaftswissens.

Reinald Klockenbusch, Programmleitung Berufliche Bildung



Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten gewinnen die Themen Vertrieb und intelligentes Marketing einen immer höheren Stellenwert. Unser Ziel ist, Mitarbeitern in Vertrieb, Marketing und Kundenservice das passgenaue Handwerkszeug an die Hand zu geben, mit dem sie ihre Aufgaben besser und zielgerichteter bewältigen können. Wir wollen unsere Leser über sämtliche verfügbaren Kanäle ansprechen und unsere Stellung als führendes Buchprogramm für Vertrieb und Marketing sichern und ausbauen.

Manuela Eckstein, Programmleitung salesBusiness/Call Center Profi

Unsere Lexika setzen Standards im Markt. Aktuell und zuverlässig bilden sie das relevante Wirtschaftswissen ab und garantieren dem Leser erstklassige Information. Die Leser profitieren von dem fundierten Wissen und den praxisbezogenen Kenntnissen der Experten aus der Wissenschaft und Praxis.



Katrin Alisch, Lektorat Lexika



Die Call Center-Branche unterliegt einem ständigen Wandel. Die Kunden tragen heute immer neue Anforderungen und Bedürfnisse an die Unternehmen heran. Vor allem die technischen Herausforderungen werden in der direkten Kundenansprache immer vielfältiger. Wir tragen mit unserem Magazin Call Center Profi dieser rasanten Entwicklung Rechnung. Unsere Vision ist es, der Community-Manager dieser Bedürfnisse und Anforderungen der Unternehmen und ihrer Kunden zu sein.

Simone Fojut, Chefredaktion Call Center Profi



Der Vertrieb dreht das Rad der Wirtschaft und erbringt hervorragende Managementleistungen. Trotzdem wird sein Stellenwert noch oft verkannt. SalesBusiness – die Stimme des Vertriebs – engagiert sich deshalb künftig verstärkt für Qualitätsstandards, geregelte Berufsbilder und anerkannte Ausbildungswege in Vertrieb und Verkauf.

Volker Haßmann, Chefredakteur salesBusiness

Die Erholung der Finanzdienstleistungsbranche ist zwar sichtbar, lässt aber noch auf sich warten. Dafür war das Tal zu tief, in das die Kapitalmarktkrise die Akteure am Finanzmarkt schlittern ließ. Auf diese Akteure kommen große Herausforderungen zu. Unser Ziel ist es, mit unseren Zeitschriften und unserem Buchprogramm den steigenden Informationsbedürfnissen unserer Zielgruppe gerecht zu werden.



Bernhard Rudolf, Chefredakteur Bankmagazin und Versicherungsmagazin



Eine fundierte Ausbildung, ein erfolgreicher Hochschulabschluss sowie hohes Engagement sind wichtige Bausteine für den beruflichen Erfolg. Theoretisches Fachwissen allein genügt nicht. Unter dem Dach i-ventus -Ihr Partner für kompetente Weiterbildung unterstützt und begleitet das Gabler Management Institut bzw. Sekretariat Seminare Sie mit einem zukunftsweisenden Programm. In unseren Seminaren, Konferenzen und Tagungen stehen hochqualifizierte TrainerInnen nicht nur für fachliches Know-how, sondern auch für Erfahrung aus der Praxis. Unser Ziel: Das Beste für unsere Kunden!

Heidi Mathias, Leitung i-ventus

Gabler Verlag – Springer Science+Business Media

Der **Gabler Verlag** mit Sitz in Wiesbaden ist ein Unternehmen der

Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

Am 1. April 2003 haben die britischen Finanzinvestoren Cinven Ltd. und Candover Partners Ltd. als neue Eigentümer Springer Science+Business Media übernommen. Springer Science+Business Media war zuvor Unternehmensbereich der Bertelsmann AG.

Dr. Hans-Dieter Haenel: „Springer Science+Business Media bündelt ihre Kompetenz in Sachen Wirtschaft in einer seiner wichtigsten Säulen: der Marke Gabler.“

Kontakt:

Sonja Vollmer
PR-Referentin
Gabler Verlag
Tel: 06 11 – 7878 394
Fax: 06 11 – 7878 451
E-Mail: sonja.vollmer@gwv-fachverlage.de

Sabine Schaub
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Springer Science+Business Media
Tel: 030 – 827 87 5282
Fax: 030 – 827 87 5707
E-Mail: sabine.schaub@springer-sbm.de