

CARLSEN

Wir sind Carlsen

Stand: 17.09.12

Was wollen wir?

Wir wollen möglichst viele kleine und große Menschen mit Bildern und Geschichten unterhalten, mitreißen und fordern.

Unser Verlag soll dabei auch immer wieder überraschen, Trends setzen, ungewöhnlich und beweglich sein.

Darüber hinaus wollen wir gesund wachsen und in allen Bereichen rentabel sein mit dem langfristigen Ziel, im Kinder- und Jugendbuch, im Comic, im Manga und im Humor Marktführer zu sein.

Woran halten wir uns?

Unsere Spielregeln

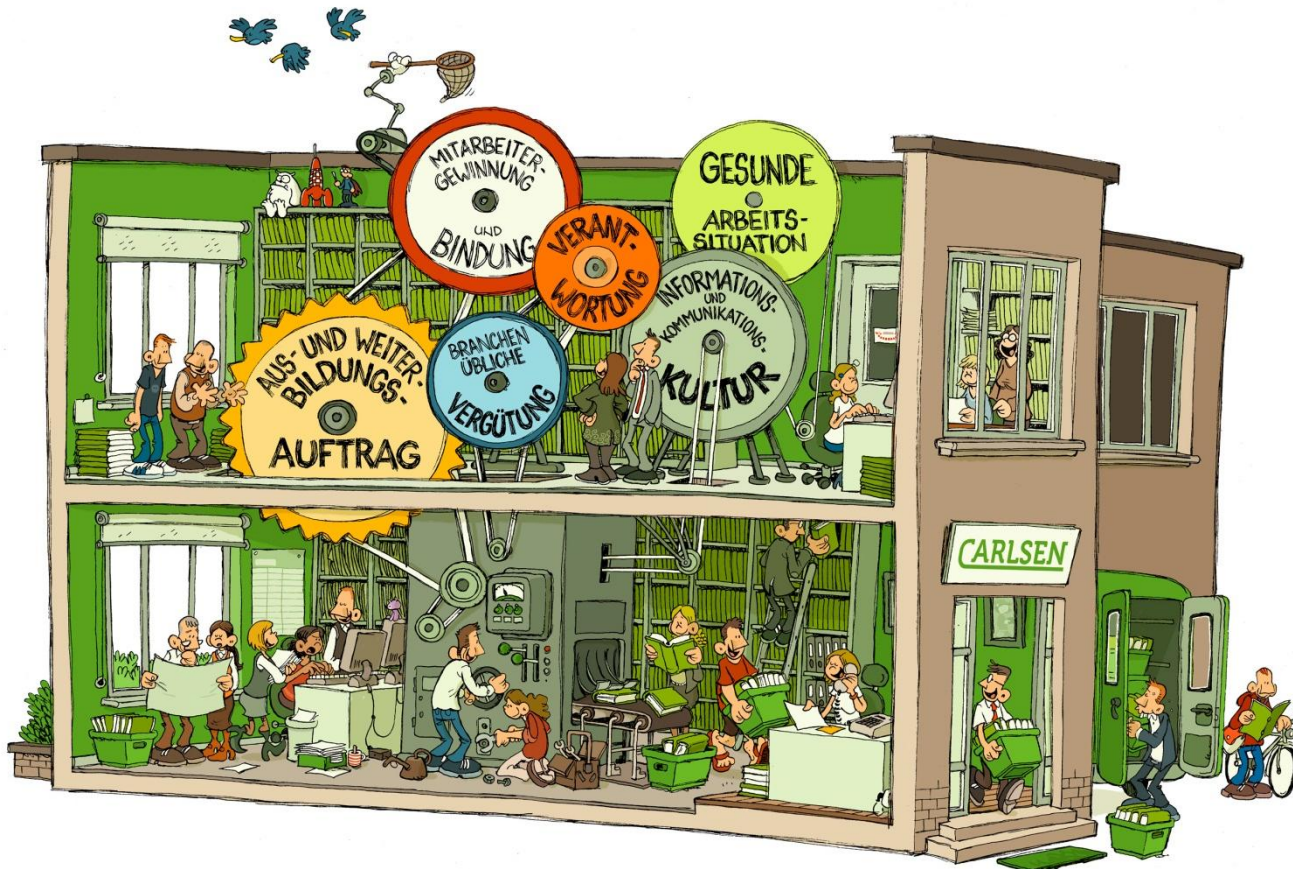
1. Wir richten unser Handeln nach ehrgeizigen und erreichbaren Zielen aus. Wichtig ist uns langfristiger und nachhaltiger Erfolg.
2. Wir achten auf inhaltliche und herstellerische Qualität.
3. Wir gehen kollegial, fair und respektvoll miteinander um, unabhängig von Stellung, Herkunft, Geschlecht und unterschiedlichen Prägungen.
4. Wir tragen Konflikte offen und in gegenseitigem Respekt aus und glauben, dass uns gerade kontroverse Diskussionen weiterbringen.
5. Wir zeigen Eigeninitiative und Eigenverantwortung.
6. Wir wissen, dass wir Fehler machen. Entscheidend ist, dass wir sie klar benennen, zu ihnen stehen und aus ihnen lernen.
7. Wir streben danach, unsere kreativen Potenziale zu entfalten und uns beruflich weiterzuentwickeln.
8. Wir arbeiten daran, ein Verlag mit größtmöglicher Transparenz sowie klaren Zuständigkeiten und Entscheidungsstrukturen zu sein. Dabei bleiben wir möglichst flexibel und unbürokratisch. Gemeinsam vereinbarte Termine sind für alle bindend.
9. Wir sind für unsere Partner (Kreative, Händler, Lieferanten) transparent und verlässlich.
10. Wir übernehmen soziale und kulturelle Verantwortung in unserer Stadt und darüber hinaus. Außerdem achten wir auf einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt.

Wo wollen wir besser sein als unsere Wettbewerber?

1. Zufriedene, motivierte Mitarbeiter
2. Autorenmagnet
3. Bestes Key Account Management im Buchhandel
4. Schaffen neuer Geschäftsfelder

Zufriedene, motivierte Mitarbeiter

Wir wollen der begehrteste Arbeitgeber im Verlagswesen sein.



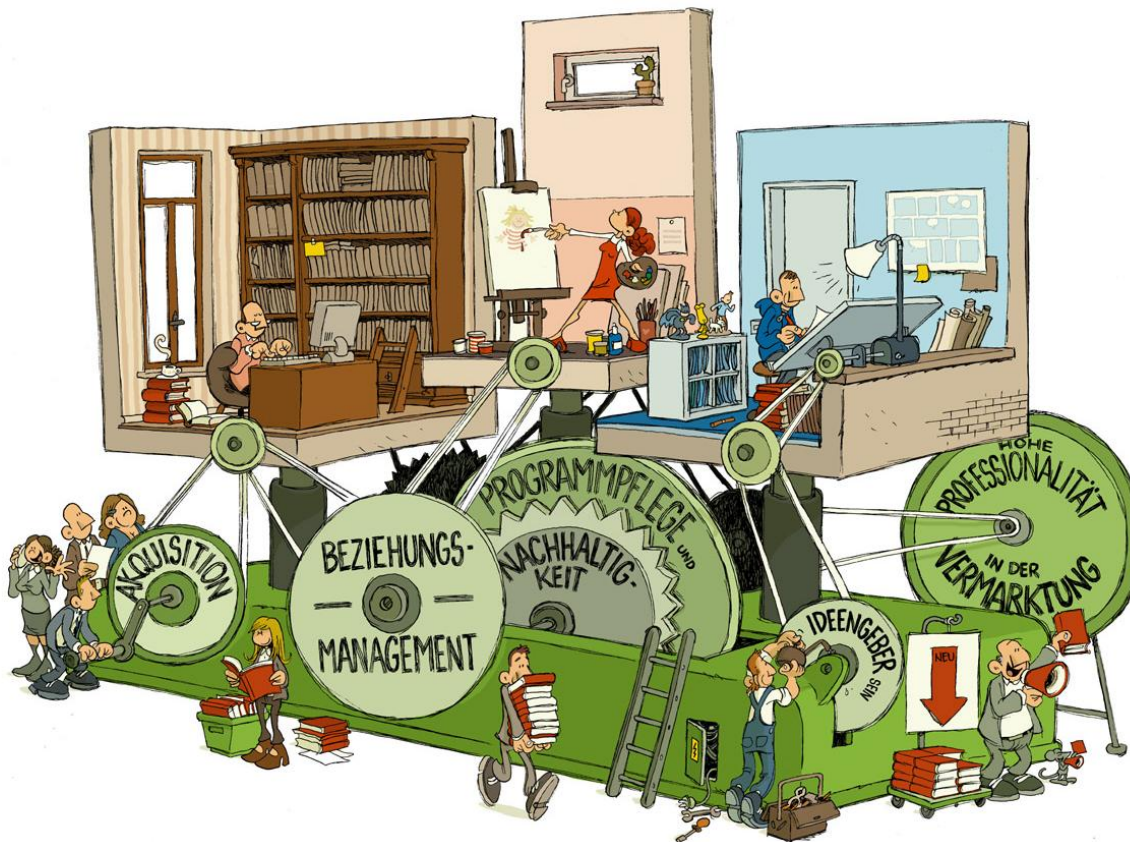
Zufriedene, motivierte Mitarbeiter

Wir wollen der begehrteste Arbeitgeber im Verlagswesen sein.

Nur zufriedene, engagierte und hoch motivierte Mitarbeiter, die sich stark mit dem Verlag identifizieren, können langfristig und leidenschaftlich ihre volle Kreativität in ihrer Tätigkeit entfalten, die besten Geschichten und Bilder finden und entwickeln sowie für deren Erfolg am Markt sorgen. Sie sind der Schlüssel für unseren Erfolg!

Autorenmagnet

Wir wollen die attraktivste Adresse für alle Autoren, Illustratoren, Zeichner und Lizenzgeber sein.



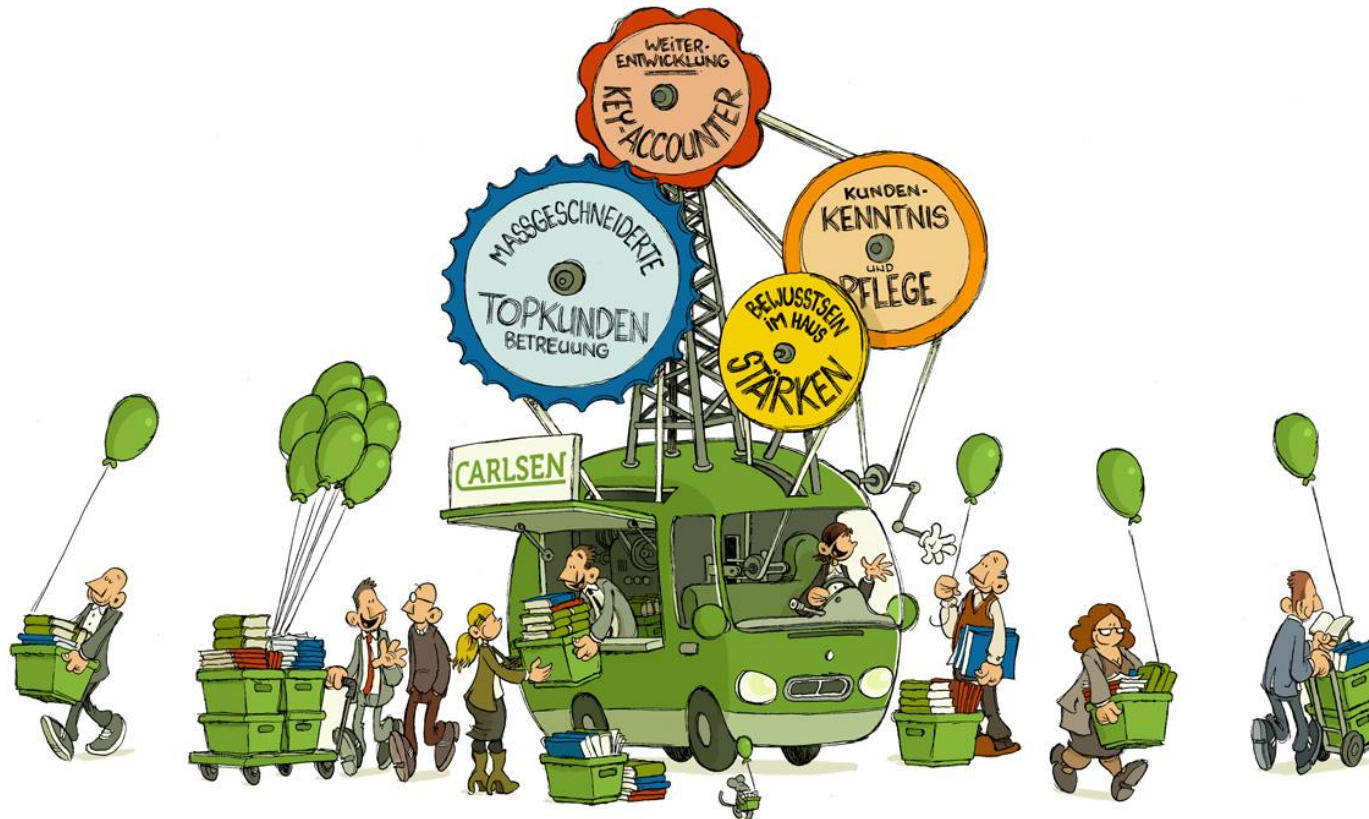
Autorenmagnet

Wir wollen die attraktivste Adresse für alle Autoren, Illustratoren, Zeichner und Lizenzgeber sein.

Carlsen soll unter Kreativen als ein Verlag gelten, mit dem man gerne zusammen arbeitet, auf den man sich verlassen kann und bei dem die Wahrscheinlichkeit am größten ist, dass sein „Kind“ am Markt Erfolge feiert.

Bestes Key Account Management im deutschen Verlagswesen

Wir wollen das beste Key Account Management im deutschen Verlagswesen aufbauen.



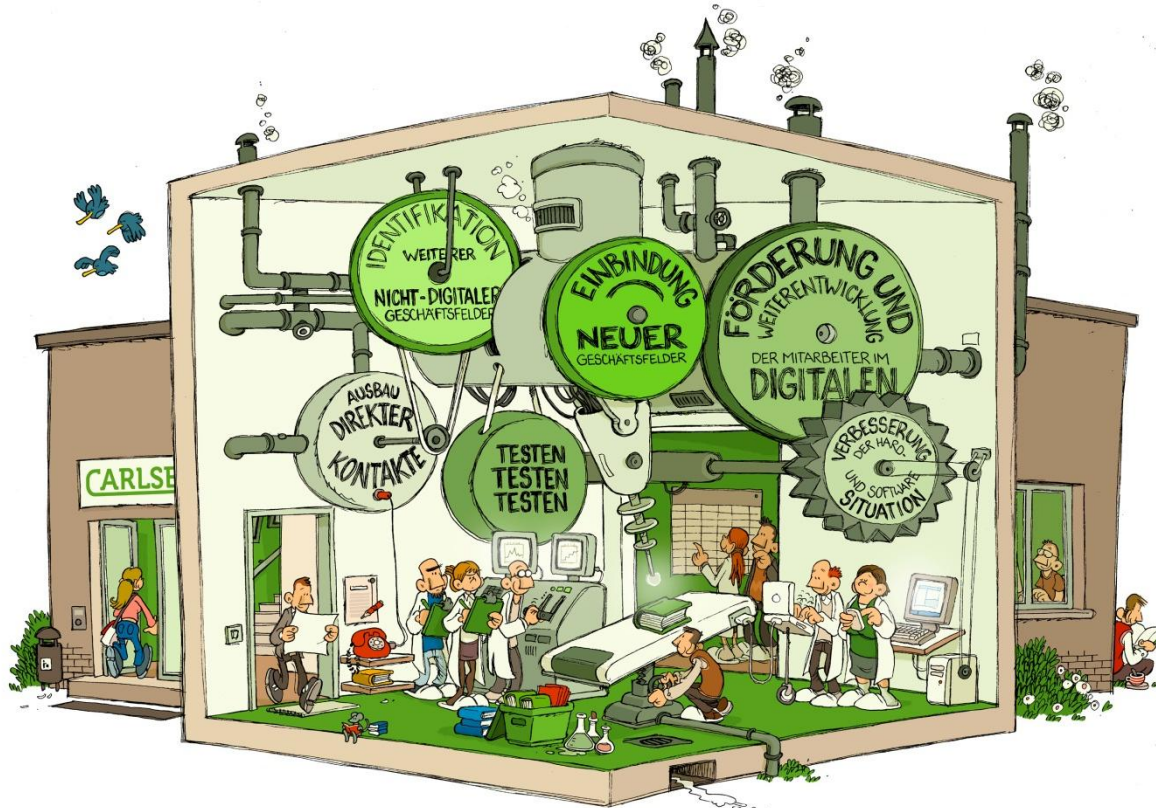
Bestes Key Account Management im deutschen Verlagswesen

Wir wollen angesichts der zunehmenden Konzentration im Handel das beste Key Account Management im deutschen Verlagswesen aufbauen.

Das schaffen wir, indem wir alles über unsere wichtigsten Kunden wissen, deren Bedürfnissen entsprechende Marketingaktivitäten und Serviceleistungen anbieten und konsequent unsere internen Abläufe an deren Anforderungen ausrichten.

Schaffen neuer Geschäftsfelder

Wir wollen einer der führenden innovativen Verlage auch in neu entstehenden digitalen und nichtdigitalen Geschäftsfeldern werden und uns mit Wagemut und Neugier neuen Marktanforderungen stellen.



Schaffen neuer Geschäftsfelder

Wir wollen einer der führenden innovativen Verlage auch in neu entstehenden digitalen und nichtdigitalen Geschäftsfeldern werden und uns mit Wagemut und Neugier neuen Marktanforderungen stellen.

Die Digitalisierung führt in unseren Märkten zu fundamentalen Veränderungen. Wir sehen diese aber auch als eine Chance für unsere Zukunft. Sie ermöglicht uns einen bisher so nie dagewesenen direkten Zugang zu unseren Endkunden. Wir testen neue Erlös- und Geschäfts-Modelle, sie können neben dem klassischen Buch entscheidend für unsere Zukunft sein.