

Erfolgsrezept Psychologie

Die internationale Verlagsgruppe Hogrefe – der ‚Hidden Champion‘ mit Vielfalt

„Unsere Verlagsarbeit ist stets auf die Zukunft ausgerichtet.“

DR. G.-JÜRGEN HOGREFE

Verlässt man die Fachwerkhäuser der Göttinger Innenstadt, passiert man das Deutsche Theater, die Stadthalle, immer weiter bergauf, kommt man schließlich ins ruhige Göttinger Ostviertel: hübsche Altbauten, auf den Schillerwiesen entspannen Familien. Inmitten dieser Beschaulichkeit erwartet man nichts Großes. Doch genau dort – in einer Jugendstilvilla in der Merkelstraße/Ecke Herzberger Landstraße – befindet sich der Hauptsitz der international agierenden Verlagsgruppe Hogrefe. Bereits an 15 Standorten weltweit ist dieser ‚Hidden Champion‘ präsent: in dreizehn europäischen Ländern sowie in den USA und Brasilien.

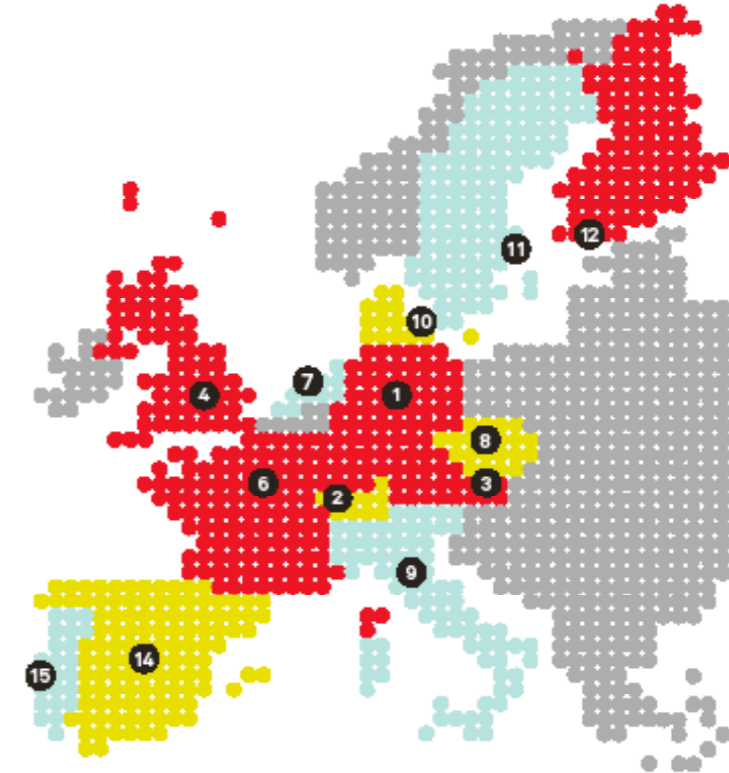
Die beiden jüngst hinzugekommenen Tochterunternehmen in Spanien und Portugal sind dort im Bereich psychologischer Testverfahren die jeweils marktführenden Unternehmen. „Mit der Erweiterung der Hogrefe Gruppe durch die Verlagsaktivitäten von TEA und CEGOC dürfen wir uns heute mit Sicherheit als die Nr. 1 der Testverlage in Europa ansehen“, sagt Geschäftsführer Dr. G.-Jürgen Hogrefe. Der führende Wissenschaftsverlag in Psychologie, Psy-

chotherapie und Psychiatrie erzielt mit 350 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von 60 Millionen Euro. Er rangiert derzeit auf Platz 40 der größten deutschen Verlage.

Lange schon reicht das Portfolio des Hogrefe Verlags, dessen Programm durch die Themen Pflege, Gesundheitswesen und Medizin ergänzt wird, weit über den Kernbereich des Verlegens hinaus. Das Unternehmen wurde bereits 1949 von Dr. Carl Jürgen Hogrefe gegründet und wird in zweiter Generation durch Dr. G.-Jürgen Hogrefe geführt.

In fast 70 Jahren kontinuierlicher Entwicklung haben die Geschäftsführer immer wieder Mut bewiesen, unbekannte Wege zu gehen und auch den Sprung in die Digitalisierung nicht verpasst. „Unsere Verlagsarbeit ist stets auf die Zukunft ausgerichtet. Sie ist von so großer Dynamik geprägt, dass auch die Gegenwart meist schon Vergangenheit zu sein scheint“, so das Credo des Verlegers.

Neben 2.500 lieferbaren Büchern in elf Sprachen, 1.600 eBooks und 42 Fachzeitschriften hat der Verlag 1.600 psychologische Testverfahren in 18 Sprachen im Programm, die beispielsweise in der klinischen Diagnostik, im Bildungsbereich und im Personalwesen Anwen-



- 1 Göttingen, Hogrefe Verlag
- 2 Bern, Hogrefe Verlag
- 3 Wien, Hogrefe Austria
- 4 Oxford, Hogrefe Ltd
- 5 Boston, Hogrefe Publishing
- 6 Paris, Éditions Hogrefe France
- 7 Amsterdam, Hogrefe Uitgeverij
- 8 Prag, Hogrefe – Testcentrum
- 9 Florenz, Hogrefe Editore
- 10 Kopenhagen, Hogrefe Psykologisk Forlag
- 11 Stockholm, Hogrefe Psykiologiska Förlaget
- 12 Helsinki, Hogrefe Psykiologien Muutokset
- 13 São Paulo, Editora Hogrefe CEGOP
- 14 Madrid, TEA Ediciones
- 15 Lissabon, Editora Hogrefe

ding finden. Wenngleich noch viel mit ‚Papier und Bleistift‘ getestet wird, der Trend geht zur digitalen Nutzung, wofür Hogrefe eine eigene Plattform entwickelt hat – das webbasierte Hogrefe Testsystem (HTS 5). Seit 2012 ist Hogrefe auch als Consulting Unternehmen zum Einsatz der Testverfahren im Human Resources Management tätig.

Zudem bietet der Verlag Seminare, Webinare und Inhouse-Schulungen an. Die eLibrary, eine elektronische Bibliothek, die alle Themenbereiche des Psychologiestudiums abdeckt, sowie Psychjob, die renommierteste Jobbörse für Psychologen, ergänzen das Angebot des Unternehmens.

Das Erfolgsrezept des Hogrefe Verlags ist seine Verwurzelung im Fach Psychologie. „Die Entwicklung der deutschen Psychologie ist eng mit dem Namen Hogrefe verbunden“, schreibt der Sozial- und Wirtschaftspsychologe Professor

Dr. Dieter Frey über den Verlag. Mit Publikationen, Instrumenten und Dienstleistungen für Wissenschaft, Lehre und Praxis macht das Unternehmen dieses Wissen für seine Zielgruppen nutzbar. Dr. Carl Jürgen Hogrefe, selbst Psychologe, gründete den Verlag, um die Zeitschrift ‚Psychologische Rundschau‘ zu verlegen, da im zerstörten Nachkriegsdeutschland keiner der bestehenden Verlage dieses wirtschaftliche Risiko eingehen wollte. Eine Entscheidung, die sich als visionär erweisen sollte. Die Zeitschrift erscheint noch heute, und aus dem kleinen Verlag wurde ein internationales Unternehmen.

Zum Erfolg eines Unternehmens gehört eben auch ein gutes Gespür für die richtigen wirtschaftlichen Entscheidungen. Heute zählt dazu die Investition in eine erfolgreiche Digitalstrategie. Dabei gibt es zu bedenken, dass „die Anforderungen der elektronischen Welt nach einem prägnanten Markenauftritt ver- ▶

Weltweit präsent: Neben dem Hauptsitz in Göttingen gehören bereits zwölf weitere Verlage in Europa sowie Standorte in den USA und in Brasilien zur Verlagsgruppe.

► langen, der diesem Medium angepasst ist und in den unterschiedlichsten Zusammenhängen funktioniert“, sagt Dr. G.-Jürgen Hogrefe. So zeigt sich die Marke Hogrefe seit 2015 international in neuem Gewand. Durch den gemeinsamen Namen und ein einheitliches Erscheinungsbild werden die gemeinsamen Werte und die enge Zusammengehörigkeit der Hogrefe Töchter noch deutlicher gemacht.

In Göttingen arbeitet der Verlag an zwei Standorten: Der Hauptsitz in der

Merkelstraße wird durch ein weiteres Verlagsgebäude sowie die Testzentrale – das moderne Vertriebs- und Logistikzentrum – in der Herbert-Quandt-Straße ergänzt. Mehrere Verlagsgebäude und ein großes, schnell wachsendes Team ändern nichts an der familiären Atmosphäre im Unternehmen.

„Wir können die unterschiedlichsten Fachkräfte an uns binden, da wir auch außerhalb der klassischen Verlagsberufe vielfältige Karriereperspektiven zu bieten haben“, so Mariele Walter, Leitung Human Resources.

Auf dem Boden geblieben: Der familiäre und herzliche Charakter bleibt trotz der wachsenden Größe des Unternehmens bestehen.



Facts & Figures

Standorte in 15 Ländern

2.500 lieferbare Bücher

1.600 lieferbare eBooks

1.600 lieferbare Testverfahren

42 lieferbare Zeitschriften

Bücher in 11 Sprachen

Testverfahren in 18 Sprachen

70 Jahre Erfahrung

6.000 Autoren

200 Verlagsauftritte pro Jahr

220 Schulungen und Qualifizierungen

350 Mitarbeiter

150.000 Tassen Kaffee pro Jahr

18.000 Bioäpfel pro Jahr

Die Entwicklung psychologischer Testverfahren macht Hogrefe zu einem Exoten in der Branche. Durch die Plattform Hogrefe Testsystem ist das Medienunternehmen zugleich ein Softwarehaus, das auch Entwicklern ein spannendes Arbeitsumfeld bietet. Im Bereich E-Assessment arbeitet ein internationales Team von Programmierern und Psychologen an der Entwicklung und Digitalisierung von Testverfahren. Webentwickler finden auch im Bereich E-Commerce ein herausforderndes Arbeitsumfeld – bei der Umsetzung der hochkomplexen Internetpräsenz.

Durch die fachliche Ausrichtung ist bei Hogrefe auch in den typischen Verlagsberufen spezielles Know-how vorhanden. So arbeiten im Lektorat vorwiegend Psychologen, die neben der redaktionellen Betreuung von Buch- und Testmanuskripten auch die Beratung der Kunden hinsichtlich der Anwendung der Testverfahren sowie das Erstellen hochwertiger Inhalte für die Webseiten zu ihren Aufgaben zählen.

Die Hersteller koordinieren den gesamten Produktionsprozess vom Buch- oder Testmanuskript bis zum fertigen Print- oder Digitalprodukt. Dieses wird dann über einen der beiden Vertriebskanäle Buchvertrieb oder Testzentrale vertrieben. Darüber hinaus ist Hogrefe Arbeitgeber für viele weitere Berufsgruppen und bietet zudem ein großes Spektrum an Ausbildungsberufen an.

Die SüdniedersachsenStiftung zeichnete den Hogrefe Verlag im Jahr 2014 mit dem Zertifikat ‚TOP Arbeitgeber Südniedersachsen‘ aus. Flexible Arbeitszeiten, ein betriebliches Gesundheitsmanagement, JobRad, teambildende Maßnahmen, eine moderne Arbeitsplatzgestaltung, ein vielfältiges Weiterbildungsprogramm sowie Einstiegsprogramme für Absolventen machen Hogrefe zu einem attraktiven Arbeitgeber.

Die Mitarbeiter bei Hogrefe arbeiten zudem mit relevantem „geistigem Stoff“, so Dr. G.-Jürgen Hogrefe, in einem Umfeld mit geringer Fluktuation, in dem nicht an vergangenen Erfolgen festgehalten, sondern auf die „erhofften Erfolge in der Zukunft“ hingearbeitet wird, in einem Bereich, dessen Marktpotenzial stetig steigt, da psychologische Erkenntnisse in nahezu allen Lebensbereichen eine immer größere Relevanz erhalten.

Vom Nutzenversprechen – Relevanz, Kontinuität, Vorsprung –, das das Unternehmen seinen Kunden zusichert, profitieren gleichermaßen seine Mitarbeiter, die gemeinsam an diesen Zielen arbeiten und dafür gesorgt haben, dass der Name Hogrefe beim Fachpublikum zu einem Begriff geworden ist. ◀



Im Göttinger Ostviertel: In einer Jugendstilvilla in der Merkelstraße/Ecke Herzberger Landstraße, befindet sich der Hauptsitz der international agierenden Verlagsgruppe Hogrefe.

 **hogrefe**

Kontakt

Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG
Merkelstraße 3, 37085 Göttingen
Tel. 0551 999 50 0
personal@hogrefe.de
www.hogrefe.de
www.testzentrale.de