

f Mülle

18.06.2018 14:59 CEST

Rudolf Müller Mediengruppe wandelt sich vom Fachinformations- zum Lösungsanbieter im Baubereich

Köln, 18. Juni 2018 – Die Rudolf Müller Mediengruppe bündelt ihre Informations- und Marktkompetenz in Zukunft unter der Kernmarke „RM Rudolf Müller“. Die neue Markenstrategie markiert den Beginn der Transformation des Unternehmens vom klassischen Fachinformationsanbieter zum umfassenden Lösungsanbieter für besseres Planen, Bauen und Handeln. Ziel ist es, aus Fachinformationen, Dienstleistungen und Kontakten zu Bauschaffenden maßgeschneiderte Lösungen für den Anwender- und den Werbemarkt zu entwickeln, die eine Prozessunterstützung bieten und das Informations- und Kommunikationsbedürfnis erfüllen. Unterstützt wird der Transformationsprozess durch eine neue Organisationsstruktur, veränderte

Funktionsbezeichnungen und vor allem durch einen komplett überarbeiteten Außenauftritt, der die neue Strategie der Konzentration auf die Kernmarke „RM Rudolf Müller“ widerspiegelt.

Rudolf Müller ist ein Traditionsunternehmen, das auf über 175 Jahre erfolgreiche Verlagsgeschichte zurückblickt: Die 1840 in Eberswalde (Brandenburg) gegründete Druckerei mit Verlag hat sich zu einer mittelständischen Unternehmensgruppe entwickelt, die für Fachwissen und Expertise im Baubereich steht. Die lange Tradition als Medienunternehmen beruht auf der stetigen Bereitschaft zur Weiterentwicklung und Marktanpassung – so auch die aktuelle Reorganisation.

Neue Unternehmensstruktur

Die Mediengruppe, die heute aus einer Holding, sechs Fachverlagen und einem POD-Dienstleister besteht, wird ihre Fachverlage zu einem Unternehmen unter der Dachmarke „RM Rudolf Müller“ zusammenführen. Die Verantwortlichkeiten verteilen sich organisatorisch in drei gleich strukturierte Programmbereiche – Planen, Bauen und Handeln – sowie in die drei Servicebereiche Vermarktung & Kommunikation, Produktion und Compliance. Die bisher rechtlich eigenständigen Tochterunternehmen werden in den nächsten zwei Jahren nicht nur organisatorisch, sondern auch rechtlich verschmelzen. Die neue Struktur schafft zahlreiche Synergien, bündelt das Know-how und fördert den themenübergreifenden Austausch innerhalb des Unternehmens. Gleichzeitig bleibt mit der Zusammenführung der Kompetenzen in den neuen Geschäftsbereichen die starke Markt- und Zielgruppennähe als Erfolgsfaktor erhalten und wird durch die engere Zusammenarbeit noch weiter intensiviert.

Neuorganisation der Werbekundenbetreuung und des Marketings

Die Bereiche Media Sales und Marketing werden künftig sowohl in den Geschäftsfeldern Programm als auch im Servicebereich organisiert. Die Objektbezogenheit entfällt. Die Reorganisation hat hier das Ziel, Freiräume und Ressourcen für innovative Angebote und bessere Marktbearbeitung zu schaffen.

Neue Verantwortlichkeiten und Funktionsbezeichnungen

Die geänderte Organisationsstruktur hat für zahlreiche Mitarbeiter der Mediengruppe die Änderung ihrer bisherigen Aufgaben zu Folge – sei es durch den Wechsel in andere Aufgabenbereiche oder durch die Erweiterung ihrer Verantwortlichkeiten. Darüber hinaus werden alle Funktionsbezeichnungen an die erweiterten Aufgaben, Rollen und Anforderungen angepasst und tragen damit sowohl der neuen Unternehmensorganisation als auch den sich stets wandelnden Aufgaben in einer digitalisierten Arbeitswelt Rechnung.

Änderung der Markenführung

Mit der Änderung der Aufbauorganisation ändert sich auch die Markenführung des Unternehmens: weg von den einzelnen Verlagsmarken hin zu der Unternehmensmarke „RM Rudolf Müller“, die zahlreiche starke Produktmarken wie „DDH Das Dachdecker-Handwerk“, „baustoffmarkt“, „immobilienmanager“ oder „FeuerTrutz“ unter ihrem Dach vereint.

Neues Corporate Design

Die neue Markenführung spiegelt sich auch im Außenauftritt des Unternehmens wider und führt zu einer kompletten Überarbeitung des Corporate Design. Im Rahmen deren werden alle Logos, Markenfarben sowie die gesamte Produktgestaltung der Dachmarke „RM Rudolf Müller“ und all ihrer Submarken schrittweise komplett neu gestaltet.

Neuer Slogan: besser planen. besser bauen. besser handeln

Mit dem Wissen über Markt, Kunden und Themen liefert die Mediengruppe Kunden aus dem Anwender- und Werbemarkt Lösungen für die von ihnen zu bewältigenden Aufgaben mit dem Ziel erfolgreiches Planen, Bauen und Handeln zu ermöglichen.

Die Rudolf Müller Mediengruppe, Köln, ist einer der führenden Fachinformationsanbieter in den Bereichen Planen, Bauen, Immobilien und Handelsmarketing. Aus der 1840 in Eberswalde gegründeten Druckerei mit Verlag, dem Ursprung der Verlagsgeschichte Rudolf Müller, ist eine mittelständische Unternehmensgruppe geworden, die heute aus sechs Fachverlagen, einem Print-on-Demand-Dienstleister sowie einer

Medienholding besteht.

Kontaktpersonen



Justina Kroliczek

Pressekontakt

Managerin Corporate Communication

Rudolf Müller Medienholding GmbH & Co. KG

presse@rudolf-mueller.de

+49 221 5497-350