

An
Herrn Dr. Paul Stoop
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung gGmbH

Gruner + Jahr AG & Co KG
G+J Media Sales
Postanschrift:
Brieffach 32
20444 Hamburg
Besucher:
Am Baumwall 11
20459 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 0
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 60 00
www.gujmedia.de
Deutsche Bank AG Hamburg
Konto 03 22 800
BLZ 200 700 00
IBAN
DE30200700000032280000
BIC (Swift Code) DEUTDEHH
USt-ID-Nr. DE118931493

Hamburg, den 02.05.2011

Empfehlung für Herrn Diplom-Volkswirt Leander L. Hollweg

Durchwahl - 33 39

Sehr geehrter Herr Dr. Stoop,

G+J Media Sales ist die Vermarktungsunit von G+J Deutschland – dem Anzeigenmarktführer im Bereich der Publikumszeitschriften.

Im Portfolio von G+J Media Sales befinden sich mehr als 90 Zeitschriften und 1 Zeitung, darunter große Printtitel wie STERN, BRIGITTE, GEO, CAPITAL, GALA, ELTERN, ESSEN&TRINKEN, NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND und FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND.

Zu G+J Media Sales gehört die Unit Direct Sales. Neben den Corporate-Printtiteln wie DB MOBIL, LUFTHANSA MAGAZIN und LAVIVA bedient der Bereich Direct Sales durch ein vielfältiges Angebot der Sonderthemen FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND fokussierte Kunden-Potenziale.

Unabhängig davon recherchieren, schreiben und fotografieren Journalisten in über dreißig Ländern für unsere Leser. Aus diesem unabhängigen und hochwertigen Qualitätsjournalismus erwächst eine herausragende gesellschaftliche Verantwortung auch für die FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND. Daher entwickelt der Bereich DIRECT SALES zusammen mit der unabhängigen Redaktion kontinuierlich neue Themenformate wie beispielsweise das Sonderthema „Weiterbildung“ in der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND.

Bei der wirtschaftlichen Umsetzung des Sonderthemas „Weiterbildung“ kooperieren wir regelmäßig mit Herrn Leander Hollweg. Mit seiner inhaltlichen Fokussierung auf die „Wissenswirtschaft“ liefert uns Herr Hollweg wichtige Denkanstöße für die Details unserer Themenplanung und führt in diesen Unterthemen richtungsweisende Recherchen für unsere Redaktion aus.

Inzwischen sind aus dieser Zusammenarbeit spannende Ideen für weitere inhaltliche Sonderprojekte und digitale Medienformate entstanden. Hierbei geht es um die zunehmende Bedeutung immaterieller Wirtschaftsgüter. Herr Hollweg verfügt über ein besonderes Verständnis dieser in den Wirtschaftsmedien noch zu wenig beachteten Trends. Darüber hinaus besitzt er relevante Netzwerkkontakte in diesem Bereich.

Wir würden es daher sehr begrüßen, wenn er diese Kenntnisse im Rahmen des WZB-Programms „Journalist in Residence Fellowship“ vertiefen könnte. Die Ergebnisse seines Arbeitsprogramms könnten die Erschließung eines neuen großen Themenbereichs ermöglichen. Nachdem das Sonderthema „Weiterbildung“ bei unseren Lesern sehr gut angekommen ist, hoffen wir auch in diesem neuen Themenfeld mit Hilfe von Herrn Hollweg eine Pionierrolle einzunehmen.

Mit freundlichen Grüßen



(Murat Kalavaoglu, Dipl.-Kfm., Anzeigenverkaufsleiter G+J Media Sales)