

Medienmitteilung

Basel, Schweiz, 29. April 2019

Karger Verlag betritt Neuland

Angesichts der bedeutenden Veränderungen im Verlags- und Gesundheitswesen fokussiert sich der Karger Verlag stärker auf seine Ansprechpartner in den Health Sciences, erschliesst neue Geschäftsfelder und setzt verstärkt auf die Anwendung von digitalen Technologien.

In neue Geschäftsfelder expandieren, innovative Dienstleistungen anbieten und auf die aktuellen Bedürfnisse von Forschern, Klinikern und Patienten eingehen – all das wird auch in Kargers neuem Claim „Connecting and Advancing Health Sciences“ ausgedrückt. „Mit der neuen Strategie stellen wir die Kunden, Partner und Mitarbeitenden mehr denn je ins Zentrum all unseres Handelns,“ sagt Gabriella Karger, Verlegerin des Karger Verlags in vierter Generation. „Wir möchten ihre Mission, ihre Absichten und ihre Bedürfnisse besser verstehen, um Produkte und Dienstleistungen zu kreieren, die sie unterstützen und inspirieren. Karger will der bevorzugte Partner für smarte Lösungen in den Health Sciences werden.“

Zukünftig will Karger vermehrt Dienstleistungen entlang des gesamten Kreislaufs des Wissens anbieten, von der Planung der Experimente bis zum Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse an Fachpersonal im Gesundheitswesen, Patienten und Pflegende.

Der Karger Verlag wird Entwicklungen wie Open Access und Open Research in seinem angestammten Geschäft des wissenschaftlichen Publizierens aktiv vorantreiben. Seit 1890 ist der Verlag ein zuverlässiger Partner für die medizinische und wissenschaftliche Gemeinschaft. Forscher vertrauen auf Karger, wenn sie ihre wissenschaftlichen Artikel einreichen und nutzen Karger-Datenbanken für die Literatursuche, um in ihrer Forschung neue Wege einzuschlagen. Diese Aktivitäten werden jetzt „Karger Research“ genannt, und wurden um den Bereich des Forschungskreislaufs erweitert, in dem Karger zuvor nicht tätig war: Mit innovativen Dienstleistungen unterstützt Karger die Wissenschaftler jetzt bereits in der

Planungs- und Ausführungsphase ihrer Forschung, noch bevor sie ihre Resultate publizieren.

Ein Beispiel in diesem Gebiet ist die strategische Partnerschaft mit Quertle Inc., die Karger im Januar 2019 durch den Erwerb einer wesentlichen Beteiligung an diesem Unternehmen eingegangen ist. Quertle ist eine preisgekrönte Analysefirma, welche die erste für die Biomedizin spezifische und auf künstlicher Intelligenz basierende Suchmaschine zur visuellen Analyse von grossen Datenmengen entwickelt hat.

Als weiterer Schritt in diese neue strategische Richtung hat Karger zwei neue Geschäftsbereiche etabliert: „Karger Clinical“ und „Karger Healthcare Clients“. Sie bieten klinischem Fachpersonal und Patienten relevantes Wissen, wie beispielsweise die medizinische Handbuchserie **Fast Facts**, die von der Karger Niederlassung in Grossbritannien produziert wird, die vom Verlag im Jahr 2018 akquiriert wurde (vormals Health Press Ltd, Abingdon/UK).

Karger bleibt seiner Tradition treu, bedeutende Entwicklungen in seinem Logo darzustellen. So wird auch diese Neuausrichtung durch eine komplett überarbeitete visuelle und verbale Markenplattform lebendig. „Unser Markenauftritt gibt einen visuellen Ausblick in die Zukunft von Karger,“ sagt Kristina Lasotta, Head of Marketing. „Als Resultat der neuesten Entwicklungen haben wir die Marke Karger so definiert, dass sie ins digitale Zeitalter passt.“ Die Bildmarke im Logo ist ein Funke, der aus Bändern besteht. Dies spiegelt sowohl die zukünftige Ausrichtung als auch Kargers Ziel Verbindungen zu schaffen wider.



„Der Funke steht für die Leidenschaft, mit der jedes Projekt, jede Arbeit und jede Publikation beginnt. Mit einem wachsenden Angebot an Produkten und Dienstleistungen möchte Karger seine Ansprechpartner unterstützen, und verstehen, was sie inspiriert sowie ihre Begeisterung weitertragen. Speziell in Zeiten des Wandels legt Karger grossen Wert auf seine eigene Geschichte. Im Laufe der Zeit hat sich der Verlag stets an Veränderungen angepasst und ist dabei sich selbst treu geblieben,“ sagt Daniel Ebnetter, CEO des Karger Verlags. Diese Einstellung findet sich ganz klar in der bestehenden Farbe Grün wieder, das mit einer leichten Änderung im Farbton weiterhin die Hauptfarbe bleibt. In den kommenden Monaten und Jahren wird Karger seinen Markenauftritt in allen Bereichen umsetzen. Da die Implementierung gerade erst gestartet hat, werden das alte und neue Aussehen während einer Übergangsphase nebeneinander vorkommen.

Mehr Informationen über die Marke Karger finden Sie auf der [Karger FAQ-Seite](#).

Über den Karger Verlag

Der Karger Verlag mit Hauptsitz in Basel, Schweiz, ist ein weltweit tätiger Verlag für wissenschaftliche und medizinische Inhalte. Seit 1890 verbindet und fördert Karger

die Health Sciences, entwickelt sich kontinuierlich weiter und hält mit aktuellen Entwicklungen und Veränderungen in der Forschung und im Publizieren Schritt. Der Verlag engagiert sich dafür, die Informationsbedürfnisse von Wissenschaftlern, Klinikern und Patienten mit qualitativ hochstehenden Publikationen und Dienstleistungen in vielen Fachgebieten der Health Sciences zu bedienen. Der Karger Verlag hat 240 Mitarbeitende weltweit und Niederlassungen in 15 Ländern. Mehr Informationen unter: [karger.com](https://www.karger.com)

Medienkontakt:

Cora Wirtz-Spycher · Corporate Communications Lead · Karger Publishers
+41 61 306 1271 · c.wirtz@karger.com · [karger.com/Media-Relations](https://www.karger.com/Media-Relations)

