

Hubert Burda Media

Philipp Welte

Vorstand Medienmarken National/
Board Member National Media Brands

Nach einem Volontariat bei der „Südwest Presse“ und seinem Studium arbeitete Philipp Welte als freier Journalist, bis er 1992 Fernsehreferent beim MDR wurde. Zwei Jahre später nahm er seine erste Stelle bei Hubert Burda Media als stellvertretender Pressesprecher an. 1996 stieg er zum Direktor Kommunikation und später zum Geschäftsführer des Bunte Entertainment Verlags auf. In dieser Zeit wurde *Bunte* zum größten People-Magazin Europas. Von 2002 bis 2006 war er Geschäftsführer der Burda People Group.

Bevor er 2008 in den Vorstand von Hubert Burda Media berufen wurde, hatte er mehrere Positionen beim Axel-Springer-Verlag inne. Als Vorstand für den Bereich Medienmarken National zeichnet Welte für die Geschäfte der Verlagsgruppen BurdaNews, BurdaStyle, BurdaHome und BurdaLife verantwortlich. Darüber hinaus verantwortet er den Kinderzeitschriftenverlag Blue Ocean Entertainment, das Content-Marketing-Unternehmen C3, den zentralen Werbevermarkter BCN, die BurdaStudios, das Forschungsinstitut Media Market Insights (MMI) und den Zeitschriftenvertrieb.

After a traineeship with the “Südwest Presse” and completing his studies, Philipp Welte worked as a freelance journalist until joining MDR in 1992 as a television reporter. Two years later, he started his first job with Hubert Burda Media as deputy press spokesperson. He became Director of Communication in 1996 and was later appointed managing director of Bunte Entertainment Verlag. During this time, Bunte became Europe’s largest celebrity magazine. From 2002 to 2006, he was managing director of the Burda People Group.

Before joining the Hubert Burda Media board in 2008, he took on various roles with the Axel Springer publishing house. As Board Member National Media Brands, he is responsible for the BurdaNews, BurdaStyle, BurdaHome and BurdaLife publishing groups. He is also responsible for

Hubert Burda Media

the children's magazine publisher Blue Ocean Entertainment, the content marketing company C3, the central advertising marketer BCN, BurdaStudios, the research institute Media Market Insights (MMI) and magazine sales.