



Klatsch und Tratsch

cvz@buchmarkt.de

Die Pressestelle des Versenders **Pro Idee**, hat sich nach dem letzten Heft höflich, aber etwas irritiert gemeldet, weil man im Pro Idee-Katalog nicht fand, was wir hier gemeldet hatten. Wir haben ihr erklärt, was ich auch Ihnen zugeben muss: Dass es dort im Katalog eine PoD-Maschine gäbe und auch **Tchibo** damit schon in den Starlöchern sitze, war einer der beiden Aprilscherze des Heftes. (Den anderen löse ich vorne in der Redaktionsnotiz auf).

Seit Jahren ist es ja bei uns Tradition, das Stilmittel Aprilscherz zu nutzen, um auf unaufhaltsame Trends hinzuweisen; der Designer **Philippe Starck** hatte ja auch angeblich die o.a. innovative PoD-Maschine gestaltet. Kein Scherz ist jetzt aber, dass **Benedikt Taschen** am 7. Mai in Berlin seinen ersten Flagshipstore in Deutschland eröffnet, der wie alle internationalen Taschen-Stores von Philippe Starck gestaltet wird. Nach Köln, Paris, Hollywood, Beverly Hills, New York, London und Brüssel ist der Laden in der Friedrichstraße 180-184 dann die Nummer acht, noch im Mai folgt dann der neunte Laden – in Kopenhagen.

Von Taschen ist es in jeder Beziehung nicht weit zu **Herbert Ullmann**, dessen unglaubliches Unternehmen im August erst 15 Jahre alt wird. Nicht nur, dass auch ihm derzeit alles zu gelingen scheint; er hat wohl auch intern das große Los gezogen. Damit meine ich nicht seinen Geschäftsführer **Manfred Abrahamsberg**, der in diesem Jahr 67 Jahre alt wird und keineswegs ans Aufhören denkt, sondern Ullmans Sohn **Florian**. Der studierte Medienökonom, seit fünf Jahren bereits im Unternehmen tätig, übernimmt ab Mai in China die Produktion von **Tandem** und **h.f.ullmann** – offensichtlich eine spannende Aufgabe, und das nicht nur, weil Väter und Söhne selten gut in einer Firma zusammenarbeiten. Aber Ullmann: „Das klappt, ich habe organisatorisch nämlich nichts mit ihm zu tun“.

Die Entfernung mag dabei auch eine Rolle spielen: Der 28-Jährige steuert die Produktion von Shenzhen in der Provinz Guangdong (ca. 110 Mio. Einwohner) aus. Ullmann erzählt, dass die Stadt vor 20 Jahren bestenfalls 30.000 Einwohner hatte, heute gelte Shenzhen als „Werkbank der Welt“ und habe um die 8 Mio. Einwohner. Kein Ort eigentlich, wohin man seinen Sohn schicken sollte. Aber Ullmann: „Er wohnt ja auch

in Hongkong und ist mit einer Japanerin verheiratet, kennt also die asiatische Denkweise.“

Das Stichwort: „Nicht aufhören“ bzw. „Weitermachen“ kommt in dieser Kolumne in letzter Zeit (Trend?) häufiger vor: Auch für den bisherigen dtv-Chefektor **Dr. Lutz W. Wolff** war sein 65. Geburtstag keineswegs Anlass, in Rente zu gehen, sondern zu **DuMont** zu wechseln (dies auch als Nachtrag zur meiner länger werdenden Genieliste aus dem Jahrgang 1943/1944).



Screenshot von vorablesen.de: Mund-zu-Mund-Propaganda im Netz macht Karriere

Ein Glückskind, und erfolgreich dazu, bleibt **Christian Neuber**: Er hatte die Idee, bei **Blue Ocean** Kinderzeitschriften nach Buchthemen zu machen. Jetzt hat er mit **Lillifée** die **Micky Maus** als bestverkauftes Kindermagazin Deutschlands abgelöst. Das Heft erscheint seit April (nach Ausgaben in Holland, Rumänien, Türkei und Kroatien) auch in Frankreich, dazu steht ein **Playmobil-Magazin** kurz vor dem Start.

Gleich für drei Verlage arbeitet **Eckhard Schwettmann**: Bei **Humboldt** (gehört jetzt zur **Schlüterschen Verlagsgesellschaft**) macht der ehemalige Geschäftsführer weiterhin Programm, und bei **Hannibal** und dessen Schwesterverlag **Edition Koch** Programm und Marketing als freier Mitarbeiter von seinem neuen Verlagsbüro in Gernsbach aus. Die Verbindung: Das österreichische Familienunternehmen **Koch International** (u.a. **Koch Media**) hatte sich kürzlich von **Humboldt** getrennt, die Verlage **Hannibal** und neuerdings **Edition Koch** werden aber weitergeführt.

Schwettmann zehrt dabei von seiner Vergangenheit, er hat vorher fünf Jahre Marketing und Presse bei einer Plattenfirma gemacht, ist also auch in dieser Szene noch gut vernetzt. Dazu schreibt Schwettmann gerade an einem Buch über **PERRY RHODAN** (auch alte Seilschaften des früheren **Moewig-Verlagsleiters**), das zum Jubiläum (Band 2.500) im Juli erscheinen wird – natürlich bei **Humboldt**. Schwettmanns Bruder **Volker** ist übrigens Produktionsleiter bei **Zebralution** (www.zebralution.com), dem größten digitalen Vertrieb für Musik-

Downloads. Über eine Erweiterung des dortigen Geschäftsfeldes in Richtung E-Books mit Unterstützung von **Bruder Eckhard** wird nachgedacht.

Die Webseite www.vorablesen.de macht stetig Karriere: **Ullstein-Marketing-GF Klaus Füreder** hat jetzt 5.000 registrierte User; unter knapp 2.000 regelmäßigen Rezensenten werden wöchentlich 100 Rezensionsexemplare des jeweiligen Titels verteilt. Der Erfinder dieser Seite hat mal nachgezählt: „Seit Start der Seite hatten wir über zwei Mio. Page-Impressions, 240.000 Visits und knapp 100.000 Unique User.“ Toll dabei aber: „Jede Rezension auf vorablesen.de wird im Schnitt auf 8,5 anderen Buch-Seiten zusätzlich im Netz gepostet! Auf amazon.de haben die vorgestellten Titel zum Start in der Regel mehrere Dutzend Rezensionen. Diese Form der Mund-zu-Mund-Propaganda zum Erscheinen der Bücher wird so mehr und mehr zu einem wichtigen Marketing-Instrument.“

Außer den Verlagen der **Bonnier-Gruppe** sind deshalb mittlerweile auch **S.Fischer**, **dtv**, **Hanser** und **Klett-Cotta** feste Lieferanten der vorablesen-community – und mit weiteren Wettbewerbern wird geredet. Neben den beiden Ullstein-Kampagnentiteln „Die Hütte“ (die deutsche Ausgabe des US-Sechs-Millionen-Sellers „The Shack“) und „Der Kruzifix-Killer“ sind auch Titel von **Richard Stark**, **Thomas Glavinic**, **Liza Marklund**, **Francois Lelord**, **Jodi Picoult**, **Stefan Raab**, **Klüpfel/Kobr**, **Ake Edwardson** und **James Elroy** in der Planung. Füreder ist überzeugt: „Ich rechne zum Jahresende mit 10.000 registrierten User auf der Plattform.“

In diese Richtung zielt auch eine Neugründung, über die ich an hier schon im Januar geplaudert hatte, zu der aber noch eine spannende Personalie nachzuliefern ist. Hinter **BOOK2LOOK** steckt nicht nur **Ralph Möllers** (**Terzio**), sondern inzwischen mit **Rainer Rossipaul** (**Rossipaul Medien**) noch ein Computer-Pionier. Spannend ist das deshalb, weil Rossipaul sofort von der Idee überzeugt war – immerhin waren die beiden in den Gründerjahren beinharte Wettbewerber.

Book2look setzt auf die virale Verbreitung von Buchempfehlungen über das Netz mit Hilfe von personalisierten Kauftipps, sogenannten Biblets, in Form einer beliebig langen animierten und gegebenenfalls auch multimedialen Leseprobe. Darüber hinaus bietet das System noch ein sogenanntes „Katalog-Widget“, das es ermöglicht, Usern einen frei konfigurierbaren Katalog mit den neusten Bücher eines ausgewählten Genres anzubieten. So werden z.B. (wie etwa das aktuelle Wetter) immer die neuesten fünf Krimis angezeigt, ohne dass man als Homepage-Betreiber den Inhalt aktualisieren muss. |