



Presse-Information

TESSLOFF
BUCHKULTUR
www.buchkultur.net

Blick über den Tellerrand

WAS IST WAS und das Magazin Buchkultur - Projektpartner für crossmediale Produktideen der Stuttgarter Hochschule der Medien

Stuttgart, Nürnberg, Wien, 26.07.2011 – **Wie können Bücher in einem crossmedialen Medienverbund aussehen? Was ist dafür das passende Produktkonzept? Und wo entstehen durch crossmediale Vernetzung zusätzliche Marketingeffekte?**

Rund 25 Studentinnen und Studenten der Stuttgarter Hochschule der Medien (Studiengang Mediapublishing, 3. Semester) unter der Leitung von Prof. Okke Schlüter hatten sich in den letzten Monaten diesen Fragen gewidmet und dazu visionäre Produktkonzepte am Beispiel der Buchreihe WAS IST WAS sowie neue Vermarktungsansätze im Magazin Buchkultur entwickelt. Herausgekommen ist eine Vielzahl an Ideen, wie etwa die Einbindung von Augmented Reality und QR-Codes bis hin zu Community-Konzepten für den Social-Media-Bereich. Bei den vielen innovativen Ideen war man sich in Folgendem einig: Das gedruckte Buch soll auch weiterhin im Zentrum des Medienverbundes stehen. Und: Einige Genres können in Zukunft noch erfolgreicher werden, wenn zum Buch zusätzliche digitale Produktformen angeboten werden.

Heute wachsen Kinder und Jugendliche wie selbstverständlich als sog. *digital natives* auf. Umso wichtiger ist es, für die Zielgruppe nachgefragte Produkte anzubieten. Bereits seit über zehn Jahren verfolgt der TESSLOFF Verlag konsequent einen multimedialen Produktansatz. Die Diversifikation umfasst z.B. die zu den WAS IST WAS-Bänden passenden Hörspiele, DVDs, ein eigenes Online-Portal und iPhone-Quiz-Apps. „Weiter an der Entwicklung einer digitalen Produktwelt dran zu bleiben, ist für uns nach wie vor ein besonders wichtiges Thema. Deshalb haben wir die Mitarbeit am Projekt sehr ernst genommen.“, erläutert Annette Rose, Programmleiterin Wissen. An Hand der Reihe WAS IST WAS arbeiteten fünf Studenten-Gruppen an crossmedialen Produktkonzepten und den Möglichkeiten einer entsprechenden Vernetzung. Im Focus standen dabei besonders die Aufwertung der Bücher mit QR-Codes, die Weiterentwicklung von Apps und Social Media.

Das Magazin Buchkultur diente mit seinen Medien und Werbeformaten als Fallbeispiel dafür, wie crossmediales Marketing für Bücher umgesetzt werden kann. Zusätzlich zur Printausgabe hat Buchkultur in den letzten Jahren seine Website durch User Generated Content erweitert, mit Apps Erfahrungen gesammelt und Social Media als Kommunikationsbestandteil aktiv in sein Medienkonzept integriert. Im Rahmen des



Das anspruchsvolle Umwelt-Zertifikat des Forest Stewardship Council (FSC) unterstreicht unsere Bemühungen um nachhaltiges, ökologisch vorbildliches Handeln auf allen Ebenen des Herstellungsprozesses:



Pressekontakt: Annett Hänel

TESSLOFF VERLAG
Burgschmietstr. 2-4, D-90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 9 11 3 99 06-22, E-Mail: haenel@tessloff.de
www.tessloff.com/presse

Wir freuen uns auf Ihren Beleg!





Presse-Information

TESSLOFF
BUCHKULTUR
www.buchkultur.net

Projektes war u. a. die Frage wichtig, welche Mediendaten (Text, Bild, Audio, ...) für die empfohlenen Marketingmaßnahmen bereits im Zuge der Produktentwicklung selbst mit produziert werden könnten bzw. sollten.

Prof. Okke Schlüter, der die Studentinnen und Studenten durch dieses Projekt leitete, fasste bei der Abschlusspräsentation zusammen. „Da crossmediale Produkte auch zusätzliche Kosten auf Verlagsseite bedeuten, muss der Kundennutzen der Zusatzprodukte im Zentrum stehen, damit die Monetarisierung gelingt.“

weitere Informationen:

Prof. Dr. Okke Schlüter
MEDIAPUBLISHING – Der Verlagsstudiengang
Hochschule der Medien
E-Mail: schlueter@hdm-stuttgart.de
www.hdm-stuttgart.de, www.mediapublishing.org

Annett Hänel
Public Relations & Events
TESSLOFF VERLAG
E-Mail: haenel@tessloff.de
www.tessloff.com, www.wasistwas.de

Michael Schnepf
MAGAZIN BUCHKULTUR
E-Mail: schnepf@buchkultur.net
www.buchkultur.net

Das anspruchsvolle Umwelt-Zertifikat des Forest Stewardship Council (FSC) unterstreicht unsere Bemühungen um nachhaltiges, ökologisch vorbildliches Handeln auf allen Ebenen des Herstellungsprozesses:



Pressekontakt: Annett Hänel

TESSLOFF VERLAG
Burgschmietstr. 2-4, D-90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 9 11 3 99 06-22, E-Mail: haenel@tessloff.de
www.tessloff.com/presse

Wir freuen uns auf Ihren Beleg!

