

Medium: SortimenterbrieF

Auflage:

Ausgabe: Dez. 2006

Reichweite:

Anzeigenäquivalenz

## VERLAGS-NEUGRÜNDUNG

SORTIMENTER-BRIEF 12/06



Werner Fredebold



Doktor Heike Fischer



Diplomkauffrau Michaela Dicks

### KÖLNER VERLAG GRÜNDET NEUES HARDCOVER-LABEL

Werner Fredebold, geschäftsführender Gesellschafter der Verlagsgesellschaft fredebold&partner gmbh, Köln und Berlin, ist seit vielen Jahren erfolgreicher Unternehmer in der Medien- und Verlagslandschaft. Gemeinsam mit Doktor Heike Fischer kreierte er das Label fredeboldundfischer – derdeutscheautorenverlag. Doktor Heike Fischer, die für das Programm seit Februar 2006 verantwortlich zeichnet, ist der Branche in ihrer Tätigkeit als Programmleiterin Belletristik bestens bekannt und von allen Seiten gleichermaßen geschätzt.

**SB:** Herr Fredebold, wie kam es zu fredeboldundfischer?

**W. FREDEBOLD:** Doktor Heike Fischer kenne ich seit nunmehr fünf Jahren. Seinerzeit war sie Programmleiterin Belletristik bei Weltbild in Augsburg, bevor sie 2004 als Verlagsleiterin zu Lübbe nach Bergisch Gladbach wechselte. Wer mich kennt, weiß, dass ich einen regelrechten Drang zum pragmatischen Ansatz und zur einfachen Lösung verspüre. Das habe ich sicherlich mit Doktor Heike Fischer und Michaela Dicks, die für unser Programm die Vertriebs- und Marketingleitung übernimmt, gemeinsam. Eine gute Idee ist ja meist einfach! Es begann mit der genauen Analyse des deutschsprachigen Buchmarktes: Welche Erwartung haben die Leserin und der Leser? Wie geht man mit dem Leserwunsch um? Wie erkenne ich welche Trends rechtzeitig? Und: Wie nutze ich das alles? Ein Programm aus dem Markt – für den Markt zu entwickeln, das war genau das, was uns beflügelte.

**SB:** Frau Doktor Fischer, was bedeutet das Programm „aus dem Markt – für den Markt“ und was erwartet uns?

**H. FISCHER:** Das ist schnell erklärt: Durch den permanenten Austausch mit Autoren und ihren Stoffen einerseits und die immer wieder neu anzupassenden Markterkenntnisse andererseits, schaffen wir die Basis, die neue, noch unbekannte Autoren erfolgreich werden lässt. Diesen endlich eine größere Plattform im Bereich Unterhaltungsliteratur zu geben, sie aufzubauen und zu verbreiten, haben wir uns zur Aufgabe gemacht. Unser Frühjahrsprogramm beinhaltet für den Start insgesamt fünf Titel, je einen im Monat in

den Genres Krimi/Thriller, Historischer Roman, spannender Frauenroman, Fantasy und Trendroman. Im Januar starten wir mit „Broscheks Optionen“ von Christian Gummig, einem Trendroman der Spitzenklasse. Alle Bücher sind Hardcover mit Schutzumschlag und Lesebändchen und liegen im Ladenverkaufspreis zwischen ca. 15 und 18 Euro. Will man außerdem der Leserin und dem Leser „entgegenschreiben“, geht das am besten mit deutschen Autoren. Zusammen mit ihnen kann man im Bereich der Unterhaltungsliteratur, die in Deutschland nach wie vor hauptsächlich von ausländischen Schriftstellern dominiert wird, Stoffe zeitnah entwickeln und somit auf Leser-Wünsche reagieren.

**SB:** Frau Dicks, Sie sind seit Jahren erfolgreich im Bereich des Direkt- und Dialogmarketings für Verlage tätig. Wie können Sie Ihre Erfahrungen einbringen?

**M. DICKS:** Wenn man den Buchmarkt nicht nur programmhaltlich, sondern insbesondere aus verkäuferischer Sicht analysiert, kommt man sehr schnell zu der Meinung, dass man in der Branche noch einiges bewegen kann. Das trifft zum Beispiel in hohem Maße auf die Betreuung des Sortiments zu, zum anderen aber auch auf die Suche nach neuen Marktchancen. Ganz besonderes Augenmerk legen wir auf die Pflege und den Ausbau der Geschäftsbeziehungen zu unseren Key Account Kunden. Wir sind für die Zukunft, was virales Marketing und Internet betrifft, ganz gut aufgestellt – und „Guerilla Marketing“ ist uns auch kein Fremdwort. Aus unserer Recherche in der Buchbranche wissen wir, dass Telefonmarketing auf immer stärkeres Interesse stößt. Da hilft uns sicher unsere 19-jährige Erfahrung in diesem Bereich.

**SB:** Herr Fredebold, wie kann man Ihre verlegerische Maxime beschreiben?

**W. FREDEBOLD:** Kommerzielle Inhalte mit Qualität verbinden und nicht aus den Augen zu verlieren, dass ein Buch gut ist, wenn es seine Leser unterhält! Und für alle, die mehr wissen wollen: [www.fredeboldundfischer.de](http://www.fredeboldundfischer.de).

Herzlichen Dank für das Gespräch!