



VERLAGSGRUPPE

RANDOM HOUSE

BERTELSMANN

World of Books @ Verlagsgruppe Random House

**München, im November 2007
Christian Damke**

WER SIND WIR: RANDOM HOUSE IST DIE WELTWEIT FÜHRENDE BUCHVERLAGSGRUPPE UND GEHÖRT ZU BERTELSMANN

Nr. 1 in englischsprachigen Ländern



Nr. 1 in Deutschland



Nr. 2 in spanischsprachigen Ländern



Joint Ventures in Asien



Mitarbeiter	5.804 (Stand: 31.12.2006)
Umsatz	1,9 Milliarden € (Geschäftsjahr 2006)

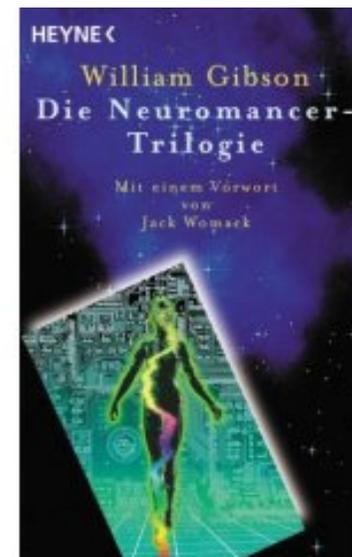
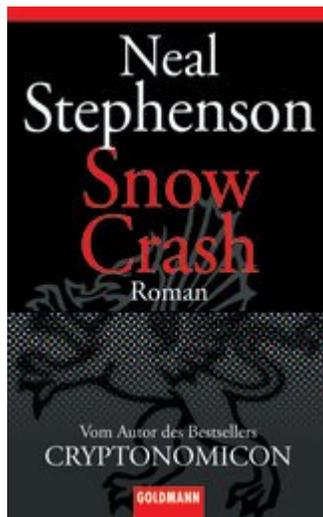
“Bücher machen Menschen zu Entdeckern. Sie erschließen ihren Lesern neue Welten - und neue Einsichten. Nirgendwo warten so viele Entdeckungen wie bei Random House. Mit rund 9.000 Neuerscheinungen im Jahr ist Random House die größte Buchverlagsgruppe der Welt.”

Peter Olson - Chairman und CEO, Random House



VIRTUELLE WELTEN SIND BEREITS LANGE VOR SECOND LIFE IN BÜCHERN BESCHRIEBEN WORDEN

Snow Crash von Neil Stephenson diente Linden Labs als Inspirationsgrundlage für SL, sobald die technischen Möglichkeiten eine Umsetzung erlaubten.



ZIELE EINER PRÄSENZ IN SECOND LIFE - „WORLD OF BOOKS“- FÜR DIE VERLAGSGRUPPE RANDOM HOUSE

1. Steigerung der (Marken-) Bekanntheit unserer Bücher und Autoren

Leser sollen sich auch in virtuellen Welten mit unseren Produkten beschäftigen, Titel entdecken und (probe-) lesen sowie mit anderen Lesern über die Themen unserer Bücher diskutieren können.

2. Gewinnung von Kundeninformationen und Produktfeedback

Durch die Feedbackmöglichkeiten online ist es möglich, persönliche Meinungen der Nutzer zu generieren. Wir bieten einen Newsletter an, um den Direktkundenkontakt zu intensivieren.

3. Begleitung unserer Handelspartner und Aufbau von Kompetenzen im Marketing in virtuellen Welten

DIE STUDIE DES BÖRSENVEREINS¹⁾ ÜBER NEUE MEDIEN ZEIGT UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN GENERATIONEN

Strategische Zielgruppen für den Buchhandel sind Postmaterielle und moderne Performer¹⁾. Als Protagonisten prägen sie schon heute die Ansprüche an den Buchhandel und an virtuelle Angebote rund um das Buch

Postmaterielle

- aufgeklärte Nach-68er
- Emotional an den stationären Buchhandel gebunden
- Unterstützen lokalen Buchhandel
- Lesen Literatur-Teil der FAZ, Zeit, SZ oder des Spiegels, aber glauben nicht an Bestseller
- Empfehlung nur von wenigen kompatiblen Menschen – Leseschmack sehr privat
- Bestsellerlisten haben geringen Informationswert

Moderne Performer

- unkonventionelle Nachwuchselite
- Kosten/ Nutzen Prinzip surfen nach Informationen im Netz
- Keine Hemmungen online oder offline zu kaufen
- Beratungsresistente eigenständige Kaufentscheidung
- Empfehlungen und Bewertungen werden genau gelesen und als werthaltig empfunden
- Bestsellerlisten haben hohen Informationswert

1) Studienreihe Marktforschung Börsenverein des Deutschen Buchhandels, 2006

MARKETING: UNSERE BUCHHÄNDLER VERKAUFEN BÜCHER IN 2ND LIFE – WAS IST EINE VIRTUELLE BUCHPRÄSENTATION?



Bücher sind eines der Hauptprodukte, das auch online gekauft wird, und Second Life bietet dafür weitergehende Produktpräsentationsmöglichkeiten als das „normale“ Internet. Unsere Handelspartner benötigen dort andere PoS-Werbemittel als in den physischen Filialen. Wir konnten durch die World of Books testen, was an Trailern, Gadgets und Widgets in SL umsetzbar ist und bei Kunden funktioniert.

AUTORENPFLEGE: DER GOLDMANN VERLAG HAT IN SECONDLIFE SEIN ERSTES BUCH VIRTUELL PRÄSENTIERT



Wir veranstalten mit unseren Autoren Lesungen und Gewinnspiele in Second Life, wie z. B. mit Christian Stöcker (Taschenbuch „Second Life“ bei Goldmann) auf der Politik.de-Insel. Autoren erwarten von Ihren Verlagen die multimediale Begleitung einer Neuerscheinung, insb. wenn sie sich inhaltlich mit entsprechenden Themen beschäftigen oder auch online-affine Zielgruppe bedienen.

ERGEBNIS: DIE DIGITALISIERUNG DER BÜCHER + BUCHINHALTE BEWIRKT STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN



Technologie

- Breitband bald flächendeckend verfügbar
- Neue Digitale Leser (Ipod, E-Reader etc.)
- Inhalte zunehmend digital verfügbar



Angebot an Büchern (Long Tail)

- Backliste wird reduziert, Bestseller Fokus Im Handel
- Konzentration im Handel
- Long Tail bei Online Händlern

Weltbild.de



- Leser sind besser informiert
- Generationenbruch bei Internetnutzung

Nachfrage



Neue Konkurrenten

- Aggregatoren wie Google, Amazon
- Apple mit iTunes/ Iphone als Reader
- Handy/ Mobilfunk



Stiddeutsche Zeitung **Mediathek**

ABER ZUR ZEIT BIETEN ANDERE SEITEN HÖHERE POTENTIALE FÜR DIE VERLÄNGERUNG UND DEN VERKAUF VON BÜCHERN



Facebook is a **social utility** that connects you with the people around you.



Was ist LibraryThing?

Trage ein, was Du gerade liest – oder gleich alle Deine Bücher! Dies ist Dein eigener Bücherkatalog auf Bibliotheksniveau. LibraryThing verbindet Dich auch mit anderen Leuten, die Deinen Buchgeschmack teilen.

Mach erst einmal [einen Rundgang](#).

Was steckt dahinter?

- Komm in den weltweit größten Buchclub. Triff Leute mit *unheimlich* ähnlichem Geschmack.
- Katalogisiere deine Bücher mit Hilfe von Amazon, der Library of Congress oder 82 weiteren Bibliotheken weltweit. Importiere die Daten von wo du willst.
- Hole Dir Empfehlungen. Versieh deine Bücher mit Tags und schau dir die Tags von anderen Mitgliedern an.
- Zeige eine wechselnde Auswahl deiner Bücher in deinem Blog.
- Trage kostenlos 200 Bücher ein, oder so viele du willst für 10 US-\$ (pro Jahr) oder 25 US-\$ (auf Lebenszeit).

Probier LibraryThing einfach aus!

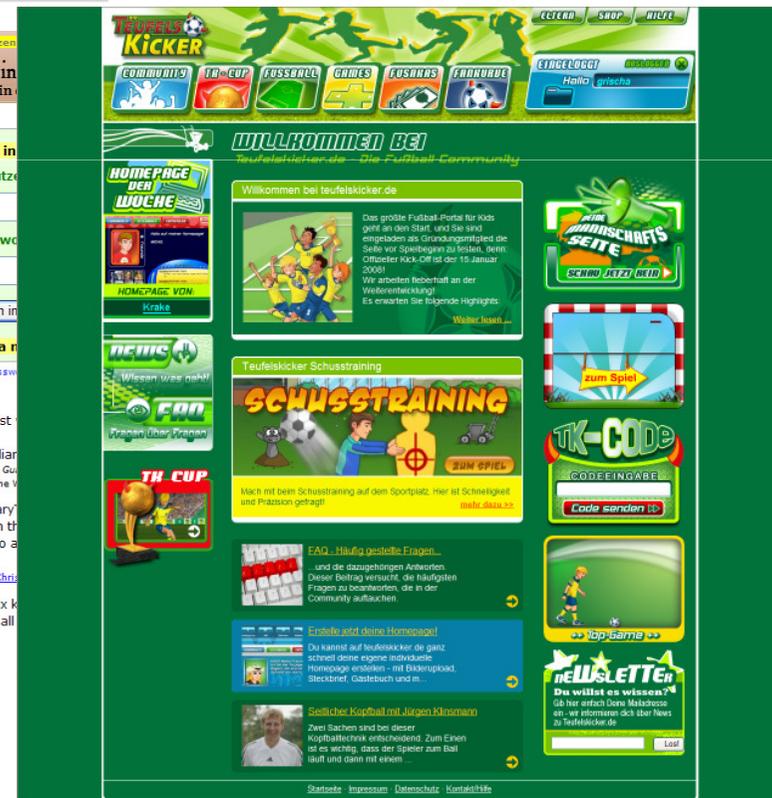
- Unsere Mitglieder haben mehr als **zwanzig Millionen Bücher katalogisiert!**
- Zeige Deine Bücher: entweder in einem **virtuellen Bücherregal** oder **in einer Liste**.
- Bücher: [Der kleine Hobbit](#), [Das Foucaultsche Pendel](#), [American Psycho](#), [Les Thanatonautes](#), [Kollaps](#), [Warum Gesellschaften überleben oder untergehen](#)
- Mitglieder: [avaland](#), [sylphette](#), [Busifer](#), [Irishevz77](#), [wafflehouse](#)
- Tags: [wwii](#), [Victorian](#), [philosophy of science](#), [vampires](#), [theology](#), [dogs](#)
- Schau Dir den [LibraryThing Blog](#) an, um zu sehen, wie rasant LibraryThing sich entwickelt.
- Wenn Dich das, "[was andere über Librarything sagen](#)" nicht überzeugen kann, bist Du einfach nicht zu überzeugen. Geh weiter, hier gibt es nichts zu sehen ;).

LibraryThing is © LibraryThing/Tim Spalding.
Book pile photograph by [AuntDede](#). You are on the **Maine** server.

Übersetzen
Was steht in
Über zwanzig Millionen Bücher in

Sign in
Benutze
Passw
Sign in
Not a r
Passw

"Last
brilliar
The Gu
"The V
"Library
to turn t
into a
Chin
"It's six k
all



DIE POTENTIALE VON SL SIND DURCH HOHE ANONYMITÄT DER NUTZER UND TECHNISCHE KAPAZITÄTEN BESCHRÄNKT

- **Zu geringe Anzahl aktiver Avatare (44,483 aktive Avatare aus Deutschland, Juli 2007)**
- **Technisch noch nicht ausgereift (Kapazitätsbeschränkung auf 100 zeitgleiche Besucher wirkt sich negativ auf die Reichweite aus, gerade bei Lesungen)**
- **Scanner zum Besuchertracking bieten zu wenig Daten für Direktmarketing an**
- **Grundsätzlich kann nur schwer auf reale Interessen der Nutzer geschlossen werden (Anonymität ist einer der Vorteile von Second Life)**
- **Zu geringe Besucherzahlen bei hoher Angebotsdichte erschweren Zielgruppenkontakt bei leisem Auftritt (nur Bücher reichen nicht)**

ZUSAMMENFASSUNG

ENTWICKLUNG:

Kunden suchen zunehmend Informationen online vor und nach dem Kauf von Büchern.

Kundenbindung an Autoren, Verlage oder Themen kann durch höhere online Präsenz erreicht werden.

Entwicklung von Erlösquellen wichtig zur Refinanzierung höherer Präsenz im Netz.

ABER:

Virtuelle Welten sind noch ein Nebenschauplatz, die Haupt und wichtigste Tätigkeit der Verlage ist natürlich weiterhin gute Bücher zu produzieren.

Die neuen Möglichkeiten für die Vermarktung und Verlängerung von Büchern werden weiter analysiert, getestet und aufgearbeitet werden.



Ziele für die VRH:

- 1.) Nutzung des Internet zur Erhöhung des Verkaufs Klassischer Bücher und zum Ausbau bestehender Verlagsmarken und Autoren (Online Marketing)**
- 2.) Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zur Generierung von Nebenerlösen**
- 3.) Weitere intensive Beobachtung der neuen virtuellen Welten (Twinty etc.)**