

EILMELDUNG

14.09.2010

tredition gewinnt Buch-Digitale Innovations-Preis

Das klassische Verlagsmodell hat keine Zukunft! Mit dieser markanten These hat tredition den Buch-Digitale Innovation Pitch begonnen und wurde sogar von den leidtragenden Verlegern zum Sieger gewählt.

Gestern fand in Berlin zum zweiten Mal die Buch-Digitale statt (www.buch-digitale.de). Über 180 Teilnehmer aus Verlagen, der Wissenschaft, von Branchendienstleistern und Fachjournalisten diskutierten über Schwerpunkte wie Digitalisierung, Monetarisierung und Open Access.

Die Buch-Digitale setzt sich aktiv mit Innovationen für die Branche auseinander. Deshalb wurde in diesem Jahr auch ein Innovationspreis ausgeschrieben. Fünf Firmen präsentierten in drei Minuten ihre Innovation für die Branche. Die hochkarätige Jury (u.a. Christoph F. Maire, CEO von textr) bewertete die Geschäftsmodelle. Direkt im Anschluss an den Pitch stimmten alle Teilnehmer des Kongresses über den Sieger ab.

tredition erhielt mit gutem Abstand die meisten Stimmen der 180 Teilnehmer und wurde für sein innovatives Verlagsmodell ausgezeichnet, durch welches Verlage überflüssig werden könnten. Diese provokante These ist der Kern des Geschäftsmodells von *tredition*. Auch anwesende Verleger gaben *tredition* trotz dieser markanten Vorstellung ihre Stimme.

tredition ändert die Wertschöpfung, indem branchenfremde Lizenznehmer durch die kostenfreie Webanwendung „publish-Books“ ohne Risiko und Aufwand schnell zu Herausgebern eigener Buchreihen werden. Die Lizenznehmer bieten mit „publish-Books“ ihren Usern die Möglichkeit zur Veröffentlichung eines Buchtitels unter der vertrauten Marke und dem Design des Lizenznehmers – entweder von eigenen Inhalten oder Inhalten Dritter. Die Lizenznehmer werden auf diese einfache und schnelle Weise selbst zum Herausgeber von Büchern ohne dafür Verlagserfahrung zu benötigen und ohne eigenen Aufwand zu produzieren. Der *tredition*-Verlag übernimmt sämtliche verlegerischen Tätigkeiten und sorgt für die Verfügbarkeit jedes Buches überall im Buchhandel.

Zu den Lizenznehmern von *tredition* gehören u.a. Zeitschriften wie brand eins, CHIP, Computerwoche und die Hamburger Morgenpost. Auch Universitäten, Forschungsinstitute, Unternehmensberatungen, Zeitungsverlage, Interessenportale, klassische Buchverlage u.v.m. gehören zu den Lizenznehmern von *tredition*.

Das Rezept ist die Bündelung der Stärken

Das Rezept einer erfolgreichen Zusammenarbeit liegt in der Bündelung der jeweiligen Stärken. Die Lizenznehmer generieren die Inhalte mit ihrer Marke und bewerben diese über ihre Kanäle (Zeitung, Zeitschrift, Internet). Die Lizenznehmer nutzen die Bekanntheit ihrer Marke und ihre Kommunikations- und Absatzkanäle für die Vermarktung und den Vertrieb der Bücher. Buchinhalte werden aktiv bei Autoren über die Lizenznehmer-Webseiten „abgeholt“. Autoren müssen sich nicht bei Verlagen bewerben, sondern erhalten die Möglichkeit ihr Buch bei ganz neuen Verlagsmarktteilnehmern zu veröffentlichen.

Die Qualität der Titel ist sichergestellt

Mit „publish-Boox“ erhält der Lizenznehmer bzw. dessen Nutzer/Autoren Zugriff auf ein Netzwerk von Lektoren, Hörbuchsprechern, Illustratoren und Übersetzern, sogenannte Literatur-Partner. Es handelt sich dabei um durch *tredition* akkreditierte Literatur-Partner, die bereits an zahlreichen Werken mitgewirkt haben und deren Qualitätsniveau gesichert ist. Die Autoren suchen sich aus einem Pool von Literatur-Partnern ihren passenden heraus und einigen sich individuell auf die Konditionen. *tredition* ist keine Partei dieses Vertragsverhältnisses und erhält auch keine Vermittlungsprovision.

Die Veränderung des Marktes – Klassische Verlage werden überflüssig

Die Wertschöpfung im Buch-Verlagswesen wird deutlich verändert. Neue Marktteilnehmer (Lizenznehmer) profitieren durch ihre Marken- und Reichweitenstärke vom Buchmarkt. Mehr und mehr Autoren werden bevorzugt bei einer bekannten Marke ein Buch veröffentlichen, wo die Bücher direkt in den Zielgruppen beworben werden oder der Lizenznehmer eine starke Werbeleistung erbringt, welche klassische Verlage nur bei ganz wenigen Titeln in vergleichbarer Weise bieten können.

Weitere Informationen

Über *tredition*

Der *tredition*-Verlag wurde 2006 von Sandra Latußeck und Sönke Schulz gegründet. Unter der Marke *tredition* und mit „publish-Books“ unter White-Label haben Autoren, Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Verlage bisher über 800 Buchtitel veröffentlicht.

Auch Buchverlage zählen in zunehmender Zahl zu den Kunden von *tredition*. *tredition* wurde mit mehreren Gründungs- und Innovationspreisen ausgezeichnet.

tredition ist Mitglied im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Verkehrsnummer 13522)

Korrespondenzangaben

tredition GmbH
Sönke Schulz
Mittelweg 177
20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40/753 60-601
Telefax: +49 (0)40/753 60-604
soenke.schulz@tredition.de