

Neuerscheinungen: Aktueller und individueller informieren mit VLB-TIX

M

Mehr als 72.000 neue Bücher kamen im vergangenen Jahr in Deutschland auf den Markt. Orientierung schafft das digitale Vorschau-System VLB-TIX der MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH, das mittlerweile auch bei

Fachverlagen und Fachbuchhändlern im Einsatz ist.

Nagelprobe für VLB-TIX beim Georg Thieme Verlag: Das Produktteam Fachbuch sitzt im Stuttgarter Büro um den Konferenztisch und sichtet die Quartalsvorschau für den kommenden Herbst. Wo früher gedruckte Kataloge und aufwändig gestaltete Powerpoint-Folien zum Einsatz kamen, wirft nun der Beamer die Vorschau aus dem Titelinformationssystem der MVB an die Wand. Bei jedem Buch sind Cover, Beschreibungstext, Erscheinungstermin, Auflageninfos und Links sofort ersichtlich. Der Präsentationsmodus der digitalen Vorschau ist angeschaltet. Klick für Klick arbeitet sich die Gruppe durch die Titel.

Damit gehört Thieme zu den mehr als 50 Fachverlagen, die das Novitätensystem bereits intern und extern zur Titelvermarktung einsetzen. Die quartalsweisen Standardvorschauen für die Fachinformation erscheinen inzwischen ausschließlich digital. »Ausschlaggebend für uns ist der Effizienzgewinn«, erklärt Dagmar Kirsch, Leitung Handelsverkauf bei Thieme, die Entscheidung für VLB-TIX. »Denn die Kosten der Printvorschau steigen kontinuierlich und stehen bei sinkender Auflage in keinem Verhältnis mehr zum Nutzen.« Zeitgleich könne man die Kunden auf digitalem Weg mit zusätzlichen Metadaten viel aktueller und individueller über Neuheiten informieren. Denn die Produktinformationen, die VLB-TIX aus dem Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB) übernimmt, werden von den Verlagen direkt im Titelinformationssystem um weitere marketingrelevante Angaben – wie etwa visuelle oder animierte Bühnen, Aktionen oder Veranstaltungstermine – ergänzt und zielgruppenspezifisch ausgespielt.

Umfassender und zugleich kosteneffizienter

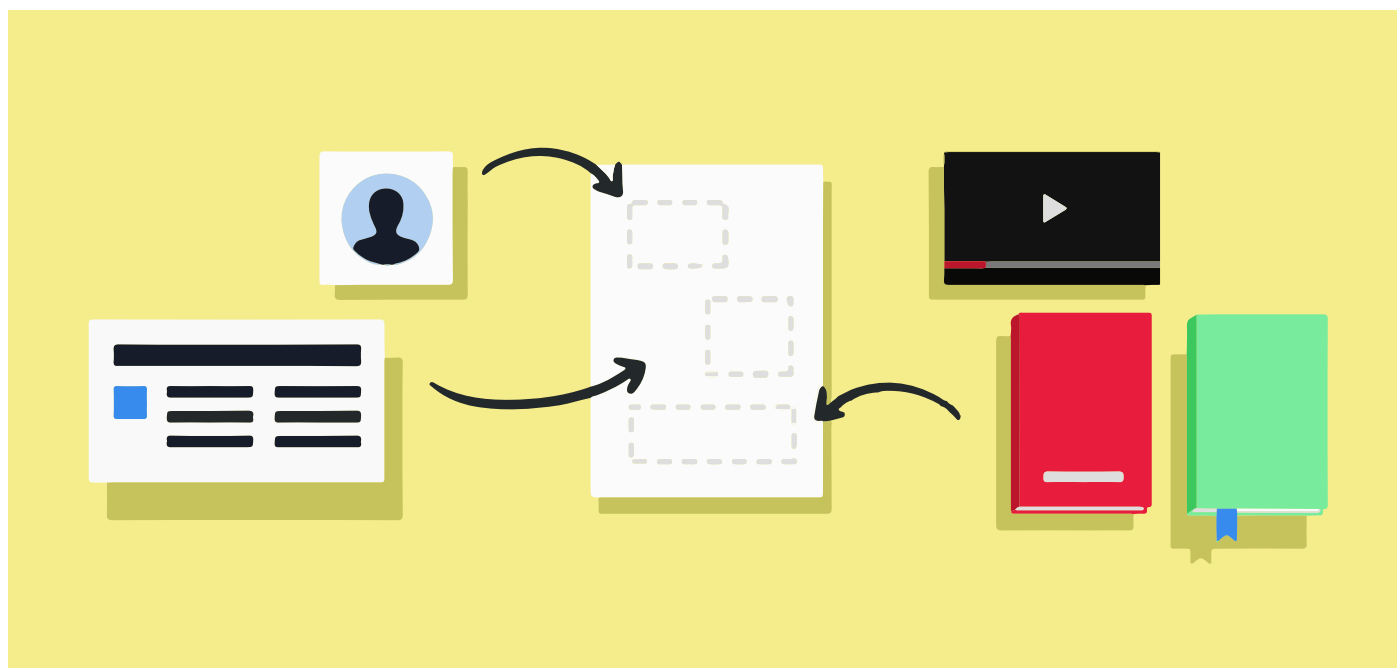
Bei Springer Nature beschäftigt man sich ebenfalls schon seit einiger Zeit mit der digitalen Vorschau und hat sich von gedruckten Katalogen für die vollständige Darstellung von Neuerscheinungen verabschiedet. »VLB-TIX ist unser hauptsächliches Kommunikationsmittel, wenn es um Novitäten geht. Wir haben die gedruckten Quartalsvorschauen komplett eingestellt und präsentieren diese nun ausschließlich über VLB-TIX«, so Brigitte Breuer, Director Trade Sales DACH. Ausnahme seien nur noch die Highlight-Kataloge mit speziell ausgewählten Titeln, die noch zweimal im Jahr gedruckt werden.

Seit Mai dieses Jahres ist auch Haufe Lexware mit den Marken Haufe und Schäffer-Poeschel im digitalen Vorschau-System vertreten.

»Unser Außendienst schätzt viele Funktionalitäten von VLB-TIX als sehr hilfreich und unterstützend bei der Vorbereitung auf Kundentermine«, sagt Jutta Brinkmann, Director Sales der Haufe Group.

»Die Kosten der Printvorschau steigen kontinuierlich und stehen bei sinkender Auflage in keinem Verhältnis mehr zum Nutzen.«

Insbesondere die Möglichkeit – quasi per Klick – Vorschauen je Kunde individuell und maßgeschneidert zusammenzustellen, werde von den Kundenberatern intensiv genutzt. Ein weiterer großer Vorteil sei,





dass Schnellschüsse, also noch nicht angekündigte Titel, blitzschnell nachgemeldet werden könnten und ihnen zugleich eine Bühne geboten werde. Allerdings bedauert Brinkmann, dass die großen Fachhandelspartner im Gegensatz zum allgemeinen Sortiment, wie etwa das Kulturkaufhaus Dussmann, das System noch nicht einsetzen.

Fachbuchhandel zieht mit

Aber tut sich der Fachbuchhandel mit der Einführung des Titelinformationssystems tatsächlich schwerer? Zwar sind noch nicht alle so weit wie der Filialist Hugendubel, der bereits zum Herbst den Einkauf von Neuerscheinungen komplett auf die digitale Vorschau umstellen will. Aber auch die Fachsortimenter bereiten sich auf den Einsatz von VLB-TIX vor. Sack Fachmedien und Lehmanns Media testen derzeit noch. Bei Schweitzer Fachinformationen ist man schon einen Schritt weiter: »Wir werden VLB-TIX diesen Herbst an allen 25 Standorten ausrollen«, sagt Michael Kursiefen, Leitung Operations. »Nach einem ersten Testlauf in unserer Pilotfiliale in Bonn sind wir überzeugt, dass das System die Effizienz im Einkauf weiter steigern kann.« Die Schnittstelle zur Warenwirtschaft Euro-Sales werde gerade optimiert. Ein weiterer Pluspunkt auch in seinen Augen ist die ermöglichte Individualisierung. »Der Vertreter kann maßgeschneidert Titel und Bestellmängenvorschläge zusammenstellen und den Vorschlag im Vorfeld an den Buchhändler schicken, sodass das Verkaufs- und Beratungsgespräch sich noch stärker auf die Inhalte fokussieren kann.«

Als Tipp an die Verlage gibt Kursiefen deshalb mit: »Je mehr VLB-TIX zum Einsatz kommt, desto wichtiger ist das Thema Metadatenpflege. Sind Reihenangaben, Thema-Klassifikation und Schlagwörter gut und vor allem zielgenau gepflegt? Sind die Vorschauen rechtzeitig im Novitätensystem gelistet? An solchen Dingen wird sich entscheiden, ob ein Titel dort wahrgenommen und letztlich eingekauft wird.« Potenzielle Kunden gibt es bereits reichlich: Insgesamt sind mehr als 4.000 Buchhandelsnutzer beim digitalen Vorschaussystem angemeldet.

Beim Produktteam Fachbuch von Thieme hat das System die interne Nagelprobe übrigens bestanden. Die nächste Quartalsvorschau soll wieder auf diese Weise präsentiert werden. ■

Vorteile für Händler

- Mehr als 72.000 Novitäten und über 2 Millionen Backlist-Titel verlagsübergreifend sichten
- Verlagsvorschauen von mehr als 400 Verlagen auf einem Blick, darunter Bund-Verlag, DTV, Erich Schmidt Verlag, Georg Thieme Verlag, Haufe Lexware, IDW Verlag, Kohlhammer, Medhochzwei Verlag, Nomos Verlag und Springer Nature
- Notizen zu Titeln mit Kollegen austauschen
- Automatisierte Bestellübergabe an Warenwirtschaft oder Vertreter
- Anlage und Speicherung von Suchprofilen mit stetig aktualisierten Trefferlisten

Vorteile für Verlage und Vertreter

- Kostenersparnis durch effizientes Titelmanagement
- Tagesaktuelle Novitätenübersicht inklusive Schnellschüsse
- Versendung von individuell auf den Empfänger zugeschnittenen, digitalen Vorschaukatalogen an beliebige Zielgruppen
- Übermittlung von Bestellvorschlägen an Händler
- Nutzung von Großkunden-Templates (z. B. Hugendubel, Thalia)
- Versendung und Freigabe von digitalen Leseexemplaren
- Spezifische Ansprache von Journalisten, Bloggern und Lesern

vlbtix.de



Sandra Schüssel

leitet den Geschäftsbereich MVB Labs der MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH in Frankfurt am Main und ist für VLB-TIX verantwortlich.