

Junge Zielgruppe

Thienemann startet Imprint „Planet Girl“

Thienemann. Im Januar 2010 startet der Thienemann Verlag das Imprint Planet Girl, das sich an Mädchen ab fünf Jahren bis hin zu jungen Frauen wendet. Ein konsequenter Schritt, denn mit rund acht Mio. verkauften „Freche Mädchen“-Büchern haben die Stuttgarter im Mädchenbuch-Segment bereits Erfolgsgeschichte geschrieben. „Planet Girl“ bekommt eine eigene Vorschau, ein eigenes Logo und den Slogan „Meine Welt voller Bücher“. Gestartet wird mit einer Backlist von etwa 200 Titeln, denn u.a. werden die Reihen „Freche Mädchen – freche Bücher!“, „Ich bin Ich!“ und „Liebe & Geheimnis“ von Thienemann zu „Planet Girl“ überführt. Dazu kommen im Frühjahr und Herbst 2010 jeweils ca. 30 Neuerscheinungen, darunter die übersinnlichen Abenteuer der „SuperGirls“ von Sabine Both und Gerlis Zillgens sowie die „Marsmädchen“ von Daniela Kulot. Vor



Sarah Haag, Stefan Wendel: Schmieden neue Buchkonzepte für Planet Girl

allem für Leserinnen zwischen sechs und elf Jahren arbeitet man an neuen Buchkonzepten. Und auch auf dem ausländischen

Lizenzmarkt sieht man sich um – für Thienemann ein bislang unübliches Vorgehen.

Verantwortlich für das Programm von „Planet Girl“ sind Sarah Haag (Programmbereichsleitung Mädchenbuch) und Stefan Wendel (Programmleiter und Programmbereichsleitung Jugendbuch). Mit dem neuen Imprint möchte man auch eine schärfere Profilierung der Programme erreichen: Thienemann soll als Autorenverlag positioniert werden, „Planet Girl“ als Zielgruppenverlag und Gabriel als Themenverlag.

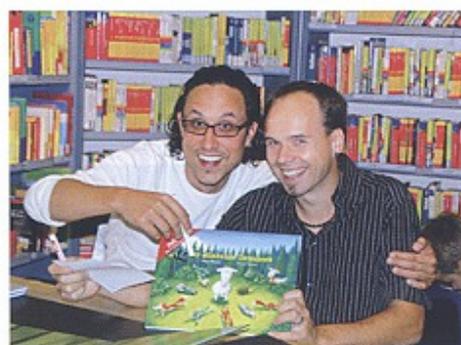
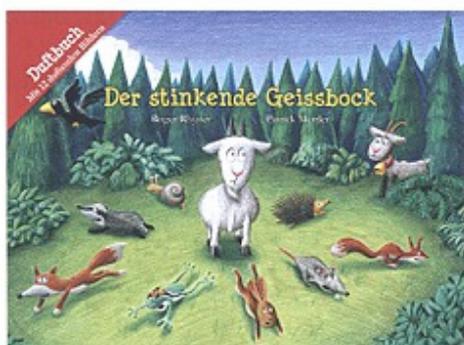
Wen

Geheime Bestseller

Dufter Geißbock entert Schweizer Bestseller-Liste



Vernissage im Ziegenstall: Autor Roger Rhyner (im weißen Hemd) und Illustrator Patrick Mettler präsentieren ihr Duftbuch



Verlagsbuchhandlung Bäschlin. Als Roger Rhyner vor zwei Jahren die Idee hatte, ein Duftbuch herauszubringen, fragte er seinen Freund Patrick Romer nach seiner Einschätzung. Romer, seit 15 Jahren in der Verlagsbranche bei C.H. Beck im Bereich Elektronische Publikationen tätig, sah sich für Rhyner auf der Frankfurter Buchmesse um – und fand nicht viel in Sachen Duftbücher.

Also fing der Schweizer Radiojournalist an, seine Idee weiterzuspinnen und dachte sich die Geschichte von Geißbock Charly aus:

Der möchte sich, um seiner Angebeteten zu gefallen, einen neuen Duft zulegen, was aber gar nicht nötig ist, weil die Ziege Charlys natürlichen Geruch recht angenehm findet. Welche Aromen der Geißbock entdeckt, kann der Leser selber erschnüffeln – von Pfefferminze bis hin zu Lavendel. Ein Streichen mit der Hand über das Papier entlockt der Seite ihren gespeicherten Duft. „Dieses Verfahren wird schon länger im Kalenderbereich angewandt und wird wie eine fünfte Farbe auf die Seite gedruckt“, erklärt Romer.

Im August ist das Bilderbuch „Der stinkende Geißbock“ mit Illustrationen von Patrick Mettler in der Verlagsbuchhandlung Bäschlin in Glarus erschienen – die Vernissage fand in einem Ziegenstall statt. Zehn Tage später waren bereits 2.000 Exemplare verkauft und der Titel stieg auf Platz 3 der Schweizer Kinderbuch-Bestsellerliste ein. Eine duftende Erfolgsgeschichte, die auch jenseits der Schweizer Grenzen funktionieren könnte.

Wen

Kontakt: www.duftbuch.de.