



Lesen neu erfunden mit dem personalisierten eMagazin

Krefeld/München, 7.10.2013. Die neue Web-App Flipintu hat sich zum Ziel gesetzt, eine feste Größe für Leser zu werden. Mit Blick auf die aktuellen Herausforderungen der Buchbranche erhalten gleichzeitig auch Buch- und Zeitschriftenverlage attraktive Lösungen und Vermarktungsformen. Auf der Frankfurter Buchmesse bietet das Team um Flipintu-Geschäftsführer Ulrich Coenen (ehem. Geschäftsleitung E-Plus Gruppe), Digital Publisher Ralph Möllers und Branchen-Experte Harald Henzler nun erstmals spannende Einblicke in das brandneue personalisierte Buchmagazin.

Flipintu präsentiert in einem übersichtlichen, magazinartigen Layout Leseinhalte zu den Themen, die der Anwender in seinem Profil vorgegeben hat. Anders als alle bisher existierenden Angebote vereint die Plattform dabei Inhalte aus ganz unterschiedlichen Medien: Neben relevanten Web-Inhalten bindet Flipintu auch

Bücher, eBooks und Magazinartikel sowie Blogbeiträge ein. Mithilfe von Leseproben, die auf der Book2Look-Technologie basieren, kann der Anwender stöbern und vertiefende Informationen gewinnen. Alle Bücher - gedruckt oder als E-Book - lassen sich zudem direkt über die App kaufen.

Flipintu macht das Entdecken von Inhalten persönlicher und sozialer denn je. Ein Redaktionsteam trägt dabei die besten Inhalte aus den verschiedenen Quellen zusammen und ergänzt diese mit eigenen Artikeln und Rezensionen. Alle Nutzer können zusätzlich Schlagworte oder die Zuordnung zu Kategorien ergänzen. So ist Flipintu gleichzeitig digital und trotzdem menschlich – eine Komponente, die die Netzgemeinde beim Konsumieren des Magazins schätzen wird. Denn es geht um viel mehr als um das Verkaufen von Büchern: Es geht um authentische, interessante und kuratierte Inhalte.

Ein zentraler Baustein von Flipintu sind Channels, die Anwender abonnieren, aber auch selbst anlegen und füllen können. So eröffnen Fantasy-Freunde beispielsweise auf Flipintu eigene Fantasy-Channels, angefüllt mit eigenen Rezensionen oder allgemeinen Artikeln. Verlagen bieten die Channels eine hervorragende Möglichkeit, ihr Buchprogramm thematisch gezielt an den richtigen Kunden zu bringen. Auch Buchblogger können ihren Blog direkt als Channel in Flipintu einbinden und ihre Reichweite damit um ein Vielfaches steigern.

Soziale Funktionen wie Teilen, Kommentieren oder Bewerten sind in Flipintu fest verankert. Jedem Nutzer steht zudem die Einrichtung eines Flipintu-Kiosk offen. Praktisch alle lieferbaren deutschsprachigen Bücher können in einem eigenen, konfigurierbaren Mini-Shop online verkauft werden. Für Umsätze, die darüber erzielt werden, zahlt Flipintu attraktive Provisionen an den jeweiligen Betreiber. Jeder Kiosk ist mobil und lässt sich auch auf Facebook, in Blogs oder anderen Webseiten einbinden.

Auf der Buchmesse wird Flipintu sich mit einer Testversion für erste Eindrücke präsentieren. Buchmesse-Chef Juergen Boos sprach auf der traditionellen Vorschau-Pressekonferenz der Frankfurter Buchmesse von einer "neuen Gründerzeit im internationalen Publishing". Flipintu wird als herausragendes Beispiel

für diesen Umbruch bereits heiß gehandelt. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Krefeld am Niederrhein.

Mit Leerzeichen: 3122

Flipintu auf der Frankfurter Buchmesse: 4.0 B107

Pressekontakt:

Dania Dicken

T +49 2151 3873-273

F +49 2151 3873-291

presse@flipintu.com
