

Start the Readvolution: readfy und Buchbranche starten gemeinsam Zeitalter der kostenfreien eBook-Lektüre

Düsseldorf, 27. September 2014 – Was sich bei Musik- und Onlinegames bewährt hat, erobert nun auch eine weitere bedeutende Branche: Die readfy GmbH launcht am 27. September die erste App zur kostenlosen, dafür werbefinanzierten Lektüre von Büchern. Das einzigartige Geschäftsmodell - ausgezeichnet mit dem „Best of Mobile Award 2014“ in der Kategorie Innovation - erschließt der Buchbranche neue Vertriebswege und Werbekunden ein ganz neues Umfeld für ihre Botschaften.

Unter dem Claim „Start the Readvolution“ bringt das Düsseldorfer Unternehmen ein Produkt auf den Markt, das Verlagen, Autoren und Lesern gleichermaßen zugute kommt – und dazu auch noch Werbekunden ein neues Umfeld für ihre Kampagnen erschließt: Mit der kostenlosen App, die ab 27. September 2014 zum Download bereit steht, lädt das Start-Up eigentlich kostenpflichtige eBooks erstmals zur kostenfreien und gleichzeitig unbegrenzten Lektüre auf Smartphones und Tablets.

Möglich macht dies die einzigartige readfy-Idee, die bereits mit dem „Best of Mobile Award 2014“ ausgezeichnet wurde - „zu Recht, denn diese neue Idee kommt einmal nicht aus Silicon Valley, sondern aus Düsseldorf-Heerdt,“ schmunzelt Frank Großklaus, Mitgründer von readfy.

Kostenloses eBook-Lektüre dank Werbeeinblendungen

Das Portfolio von rund 25.000 Büchern in 20 Rubriken zum Start der App steht Lesern deswegen kostenfrei zur Verfügung, da die Lizenzgebühren an Verlage und deren Autoren durch Werbeeinblendungen finanziert werden. Die Werbeerlöse werden zwischen readfy und den Verlagen geteilt.

„Dies ist eine Revolution bzw. Readvolution, denn wir übertragen das Streaming-Prinzip, dessen Businessmodell die Musik- und Gamingbranche ebenso wie die Filmindustrie stark verändert hat, erstmals auf den Buchbereich,“ so Großklaus.

Neue Vertriebswege und Leser für die Buchbranche:

Für Verlage stellt diese Art der Verbreitung ihrer Produkte einen komplett neuen Vertriebsweg dar – bei gleichzeitiger Erschließung neuer Kunden. Denn wie es eine BITKOM-Studie aus März 2014 belegt, wollen Leser eBooks auf Smartphones (60%) und Tablets (29%) lesen, einen zusätzlichen eBook-Reader bevorzugen lediglich 25% der Befragten.

Zudem wird Lesern durch das kostenlose Literaturangebot – von Belletristik bis Sachbuch - der Zugang zu Büchern erleichtert und somit im Idealfall die Leselust (wieder) geweckt. Dazu soll auch das „Social Reading“ bei readfy beitragen die Möglichkeit seine Lektüre via Sozialer Netzwerke zu teilen, Leselisten zu veröffentlichen u.v.m.

Zielgruppengenaue Ansprache für Werbetreibende

Für Werbetreibende bieten die eBooks im readfy-Portfolio die Möglichkeit zur idealen Platzierung ihrer Botschaften: „Beim Lesen eines Buches ist jeder konzentriert und fokussiert. Deswegen nimmt ein Leser Werbung automatisch auch wahr.

.../2



Zudem gibt es die Möglichkeit, zum Beispiel bei einem Buch mit Reiseerzählungen passgenau Banner der Destinationen o.ä. einzublenden, so dass die Lust auf dieses Ziel durch das Leseerlebnis noch potenziert wird.

Speziell für Premium-Werbung und die Platzierung von Markenprodukten bieten wir ein äußerst attraktives Umfeld, nicht zuletzt auch durch das überdurchschnittlich hohe Einkommen von Viellesern“ so Frank Großklaus, Mit-Gründer und Marketingverantwortlicher der readfy GmbH.

Die readfy App steht ab 27. September bei GooglePlay kostenlos zum Download bereit: <http://bit.ly/1uG7Tlg>

Im iTunes Store wird die readfy-App in der folgenden Woche gelauncht.

Im kommenden Jahr soll neben dem Freemium-Modell auch ein Abo angeboten werden, dessen User ohne Werbeeinblendungen das Buchangebot von readfy lesen können.

Start-Up Made in Düsseldorf

Mit dem Launch der App endet die Betaphase des Start-Ups readfy GmbH. Im Februar hatte das Team aus Düsseldorf mit einer Crowdfunding-Kampagne bereits für Aufsehen gesorgt: 500.000 Euro in sechs Wochen wurden von 1.300 Einzelinvestoren auf Companisto gesammelt. Zeitgleich startete bereits die Testphase der App, an der sich final über 8.000 registrierte User beteiligten.

„Die anstehende Frankfurter Buchmesse ist nun der perfekte Zeitpunkt, um den Markteintritt zu vollziehen,“ so Frank Großklaus. „Der Buchmarkt braucht neue Wege, gerade auch um sich gegen potentielle Monopolisten wie Amazon und Co zu positionieren. Wir bieten mit unserer App das passende Produkt für einen alternativen Weg an: Die readfy Revolution, von der am Ende Verlage, Autoren, Leser, Werbetreibende und auch weitere Kooperationspartner gleichermaßen profitieren können.“

Über die readfy GmbH:

Die readfy GmbH mit Sitz in Düsseldorf wurde 2013 gegründet und ist Teil des Mobile Business Inkubators 1MOVER.org. readfy ist das erste deutsche Start-Up, das sich rein auf den Bereich des eBook-Streamings konzentriert und mit dem Geschäftsmodell der werbefinanzierten Freemium-Inhalte erfolgreiche Praktiken aus Musik und Onlinegaming in die Buchbranche übersetzt.

Im Februar 2014 brachte eine Finanzierungsrunde durch das Crowdfunding-Portal Companisto innerhalb von sechs Wochen 500.000 Euro Kapital von 1.300 Einzelinvestoren zur App-Entwicklung ein, zeitgleich mit dem Start der Beta-Tests der bereits entwickelten App. Im Mai 2014 wurde das Unternehmen mit dem „Best of Mobile Award“ im Bereich Innovation ausgezeichnet.

Neben der beständigen Erweiterung des Buchkatalogs arbeitet das readfy-Team zudem auch an weiteren Angeboten für die Leser, u.a. internationale Publikationen sowie ein Abo-Modell, mit dem die Leser ohne Werbeeinblendungen die eBooks lesen können (Start: vrsl. Anfang 2015).

Für weitere Informationen: www.readfy.com und www.facebook.com/readfy

Pressekontakt:

pi creative, Maria Pinzger, Steinstrasse 44, 81667 München, Tel.: +49-89-45 24 84 80, Fax: +49 -89-45 24 84 83, Mail: readfy@pi-creative.de

Pressekontakt:

pi creative steinstrasse 44 81667 münchen readfy@pi-creative.de +49 - 89 -45 24 84 80