

## **Pressemitteilung:**

### **Multichannel Weihnachten: Thalia launcht OYO II und verstärkt Online-Aktivitäten**

*Hagen, 24. November 2011.* **Am 29. November startet der offizielle Verkauf des neuen OYO, der nächsten Generation des Thalia eReaders. Parallel verstärkt die Buchhandelsgruppe auf ihrer Online-Plattform [www.thalia.de](http://www.thalia.de) ihre Aktivitäten. Nach der Einführung von neuen Sortimentsbereichen im Stationärhandel ist Thalia damit auf allen Kanälen für das laufende Weihnachtsgeschäft gerüstet.**

Im Kern des Multichannel-Geschäftsmodells von Thalia stehen die Geschäftsfelder Stationärhandel, E-Commerce und Digitales Lesen. Letzteres bekommt durch den Launch des OYO II erneut Rückenwind. Die zweite Generation des hauseigenen eReaders verfügt über eine verbesserte Prozessorleistung, eine verlängerte Akkulaufzeit, höheren Kontrast und neue Funktionen wie beispielsweise eine direkte Wörterbuch- und Wikipedia-Anbindung. Über eine neu implementierte Facebook- und Twitter-Anbindung können eBooks nun auch weiterempfohlen werden. Die Kosten für den neuen OYO liegen bei 119 Euro. Bereits Anfang November ging Thalia mit einer eigenen eReading-App an den Markt, die zunächst für alle Smartphones und Tablets mit Android-Betriebssystem verfügbar ist. Die App enthält alle wesentlichen eReader- und eBook-Shop-Tools. Technisches Know-how und zusätzlichen Content liefert der eBook-Spezialist textunes, der im Zuge einer Akquisition von Thalia im August erworben wurde.

„Bereits im diesjährigen Weihnachtsgeschäft macht sich die verstärkte Investition in den Ausbau unseres Multichannel-Modells positiv bemerkbar“, erklärt Michael Busch, Geschäftsführer der Thalia Holding GmbH. „Der Kunde möchte insbesondere an Weihnachten auf allen Kanälen kompetent beraten und inspiriert werden und gleichzeitig keinen Trend verpassen. Mit unserem optimierten Angebot im Online- und stationären Kanal sowie im Bereich Digitales Lesen sind wir für die Ansprüche unserer Kunden bestens gerüstet und damit jederzeit, überall und aus einer Hand für sie da.“

Im Online-Kanal hat Thalia bereits mit dem Relaunch der Plattform [www.thalia.de](http://www.thalia.de) im Oktober die Weichen für ein verstärkt kundenorientiertes Onlineshopping-Erlebnis gestellt. Im Weihnachtsgeschäft liefert nun beispielsweise das interaktive Tool „Thalia Geschenkfinder“ Inspiration zum Fest. Ebenso erhalten Buchrezensionen von Mitarbeitern zu Weihnachten auf [www.thalia.de](http://www.thalia.de) einen prominenten Platz. Bei Facebook stehen Interaktion und Inspiration ebenfalls im Fokus: Auf der Facebook-Fanpage von Thalia können Nutzer einen

Adventskalender-Baukasten mit Fotos, Texten oder Buchempfehlungen füllen und an Freunde oder Verwandte schicken.

Durch den Ausbau von Kompetenzen in Non-Book-Sortimentsbereichen im stationären Einzelhandel werden weitere positive Effekte für das Weihnachtsgeschäft erwartet. Inzwischen wurden mit der Einführung des neuen Sortimentskonzepts bereits in 19 Thalia Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz die neuen Themenwelten integriert oder dort in größerem Umfang neue Sortimentsbausteine eingegliedert. Weitere Umbauten folgen sukzessive. Der neue Sortimentsmix in Verbindung mit kompetenter Beratungsleistung in den Buchhandlungen vor Ort soll nachhaltige Differenzierungsmerkmale gegenüber Online-Pure-Playern schaffen.

#### **Über Thalia:**

Mit knapp 300 Buchhandlungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, rund 5.180 Mitarbeitern sowie einem Jahresumsatz von ca. 900 Mio. Euro (2009/10) ist Thalia im deutschsprachigen Raum Marktführer im Sortimentsbuchhandel. Zudem ist das Unternehmen der einzige echte Multichannel-Händler am deutschen Buchmarkt: In klassischen Buchhandlungen wie auch im Online-Shop gleichermaßen kompetent und nahe beim Leser, bietet Thalia ihren Kunden fachkundige Beratung und inspirierende Käuferlebnisse sowohl in der „realen“ als auch in der „virtuellen“ Welt der Bücher. Im „Besten vieler Welten“ paart sich buchhändlerische Tradition mit großem Engagement für die Lese- und Kulturförderung – und mit konsequenter Hinwendung zu den neuen digitalen Nutzungsmöglichkeiten des Mediums Buch: Eine große Auswahl an eBooks und der Vertrieb des eigenen eReaders OYO sind nur einige Aspekte der vielfältigen Digitalangebote, die Thalia offeriert. Thalia, 1919 in Hamburg im Gebäude des Thalia-Theaters gegründet, gehört seit 2001 zur Douglas Holding AG.

#### **Pressekontakt:**

Thalia Holding GmbH, Mirjam Berle,  
Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation & Social Relations  
Thalia Holding GmbH, Kabeler Straße 4, D-58099 Hagen  
Fon: +49(0)2331/690-6319, Fax: +49(0)2331/690-6322, Mobil: +49(0)175/2434539  
E-Mail: [m.berle@thalia.de](mailto:m.berle@thalia.de), Website: [www.thalia.de](http://www.thalia.de)