

Druckfrisch auf der Leipziger Buchmesse und ab dem 17. März kostenlos im Buchhandel: Das „Revolverblatt“

Achtung, Hochspannung!

Gütersloh/München – Sie sind die „blutigste“ Variante der Boulevardzeitungen: die Revolverblätter, weil sie über Verbrechen wie Mord und Totschlag berichten. Das wird das „Revolverblatt“, das seine Premiere auf der Leipziger Buchmesse feiert, auch tun. Es wird vor allem über Mörder und Verbrecher, Täter und Opfer, Ermittler und Verdächtige, Tatorte und Gerichtssäle in der Krimiliteratur berichten. Denn das 32-seitige „Revolverblatt“ ist wie ein Spurendienst in der unendlich weiten Landschaft der Krimis. Es entdeckt neue Autoren und Romane, bespricht Bestseller und Longseller und trifft reale Profis wie Profiler, Pathologen und Psychologen. Seit dem 17. März ist das „Revolverblatt“ in allen Buchhandlungen in Deutschland, der Schweiz, Österreich und Südtirol kostenlos erhältlich.

Die Titelgeschichte der ersten Ausgabe beschäftigt sich mit einem Thema, das in der Geschichte, in der Literatur und in TV-Krimis immer wieder auftaucht: der Mord unter Freunden. Existiert er auch in der Realität? Das „Revolverblatt“ hat sich auf die Spurensuche begeben und ist dabei auf menschliche Abgründe gestossen. Das Fazit lautet deshalb: Vorsicht vor dem besten Freund. In der Rubrik „Ermittler“ begegnet der Leser dem „Seelenschürfer“. Es ist Stephan Harbort, Deutschlands bekanntester Serienmord-Experte. Mehr als 20 Jahre hat er in Gefängniszellen gesessen – freiwillig und stets auf der Suche nach der Antwort auf die Frage: Warum „muss“ jemand mehrfach töten? Nach vielen Gesprächen mit Serienmördern weiß der Düsseldorfer Kriminalhauptkommissar inzwischen: Den diabolischen Prototypen eines Mörders gibt es nicht.

In Göteborg hat der Erkennungsdienst des „Revolverblatts“ zudem den „Ruhigen im Sturm“ getroffen: Bestseller-Autor Johan Theorin. Der Schwede

erzählt, wie seine Romane entstehen und warum Tagträume seine kreative Quelle sind. Ein Höhepunkt für Fans des Regionalkrimis ist das Interview mit den Autoren Volker Klüpfel und Michael Kobr. Exklusiv und zum ersten Mal werden sie für das „Revolverblatt“ von Kommissar Kluffinger interviewt, dem Helden ihrer Allgäu-Krimis.

Das „Revolverblatt“ überrascht nicht nur mit seinen Inhalten, sondern auch mit seiner digitalen Komponente. Es ist das erste deutsche Krimimagazin, das mit seinen Lesern „spricht“. Möglich macht das eine Bilderkennungssoftware von linkmemobile.com. Es unterstreicht den Anspruch des „Revolverblatts“, den Mordshunger seiner Leser auf Informationen auf so vielen Medienkanälen wie möglich zu stillen. Seit dem 17. März ist auch die Internetseite www.revolverblatt-magazin.de online.

Herausgeber des „Revolverblatts“ ist der Münchner Piper Verlag, der mit seinen Autoren wie Ferdinand von Schirach, Arne Dahl oder Anne Holt, aber auch Regionalkrimis von Wolfgang Burger, Gisa Pauly oder dem Duo Klüpfel und Kobr beste Voraussetzungen für ein Krimimagazin liefert. „Unsere Entscheidung, das Revolverblatt in der heutigen digitalen Medienlandschaft zu launchen, mag mutig erscheinen“, sagt Michael Then, Marketingleiter beim Piper Verlag, „aber wir sind überzeugt davon, dass ein Printmedium nach wie vor wirkt. Mit dem Revolverblatt können wir unsere Bücher so inszenieren, dass sie ein Teil der Lebenswelten der Leser werden und zu diesen Lebenswelten gehört nun mal das Lesen von Zeitschriften und Magazinen.“

Das „Revolverblatt“ wurde von der medienfabrik Gütersloh, einer Tochter der Bertelsmann arvato AG, von der Konzeption bis zum Druck realisiert. „Magazine sind unsere Leidenschaft. Aber das Revolverblatt war für uns eine völlig neue Herausforderung“, erzählt Karsten Ilm, Bereichsleiter Entertainment der medienfabrik. „Als ganzheitlicher Full-Service-Anbieter ist es uns gelungen, nicht nur ein modernes Konzept in einem außergewöhnlichen Layout mit vielen

spannenden Inhalten zu gestalten, sondern darüber hinaus für den Piper Verlag maßgeschneiderte Kommunikationslösungen in Print, Online und Mobile zu entwickeln.“

Medien mit Leidenschaft verbinden. Das ist die Philosophie der **medienfabrik**, eines Unternehmens der zur Bertelsmann AG gehörenden arvato. Als eine der führenden deutschen Corporate-Publishing-Agenturen realisieren wir aktuell 50 Regelmedien mit einer jährlichen Gesamtauflage von über 55 Millionen Exemplaren. In der Unternehmens- und Marketingkommunikation setzen wir aber nicht nur auf Print. Mit E-Magazines, Websites und mobilen Applikationen stärken wir unseren Kunden auch »online« den Rücken. Mehr als 300 Mitarbeiter an den Standorten Gütersloh, Bonn, München und Berlin garantieren für die Qualität unserer Medien, die allein seit 2008 mit mehr als 60 internationalen Preisen ausgezeichnet wurden.

Hinweis für die Redaktionen:

Wir nehmen Sie gerne in unseren Verteiler auf. Bitte schicken Sie uns eine E-Mail an: [wittkewitz\(at\)medienfabrik.de](mailto:wittkewitz(at)medienfabrik.de)

Belegexemplare freundlichst erbeten an:

Kim Wittkewitz | Carl-Bertelsmann-Straße 33 | 33311 Gütersloh

Kontakt und weitere Informationen zu redaktionellen Themen:

medienfabrik Gütersloh GmbH

Kim Wittkewitz | Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Carl-Bertelsmann-Straße 33 | 33311 Gütersloh

Fon: +49 5241 23480-922 | Fax: +49 5241 23480-22

E-Mail: [wittkewitz\(at\)medienfabrik.de](mailto:wittkewitz(at)medienfabrik.de)

www.medienfabrik.de | www.twitter.com/medienfabrik

www.20dasmagazin.de | www.embrace-info.de