



Die Wissenschaft der überzeugenden Inhalte – Texere



Texere ist ein Fachverlag, der sich der Herausforderung gestellt hat, schöne, überzeugende Inhalte für Wissenschaftler online und in gedruckter Form zu erstellen. Als Startup hat Texere den Vorteil, klein und agil zu sein, muss aber mit einem bescheideneren Budget arbeiten als größere Wettbewerber. Mit einem gleichgesinnten, dynamischen digitalen Agenturpartner in b13 können sie es mit den Big Players aufnehmen - und können Konversionsraten vorweisen, die das belegen.

b13 GmbH
Breitscheidstraße 65
D - 70176 Stuttgart
Tel +49 - 711 46058970
info@b13.com

Geschäftsführer
Benjamin Mack
David Steeb



Wissenschaftsverlag mit einer Mission

Tracey Peers und ihr Mitbegründer Andrew Davies haben eine Mission: Wissenschaftliche Publikationen besser zu machen. „Andere Verlage sind der Meinung, dass sich die Menschen in der Wissenschaft nicht um Qualität und Design kümmern – aber das stimmt einfach nicht“, sagt Tracey. Sie und Andrew arbeiteten viele Jahre lang in der Wissenschaftsverlagsbranche. Sie waren der Meinung, dass sie schön gestaltete, gut lesbare Publikationen erstellen könnten, die Wissenschaftlern bei ihrer Arbeit helfen – und gründeten Texere.

Mit Texere und b13 treffen zwei Gleichgesinnte aufeinander. Als VC-gestütztes Startup hat Texere nur begrenzte Mittel und benötigt schnell Ergebnisse. Sie haben auch die Agilität, schnell von der Ideenphase zur Umsetzung zu gelangen. Die Auslagerung der technischen Umsetzung an uns bei b13 ermöglicht es ihnen, ein Qualitätsniveau zu erreichen, das sonst mit einem internen Entwicklerteam nicht erreichbar wäre.

Das Ergebnis sind schlanke, attraktive und leicht lesbare wissenschaftliche Publikationen in Print und Online. Seit dem Relaunch 2018 verzeichnen sie einen signifikanten Anstieg der Leserzahlen ihrer vier größten Magazine, und auch die Conversions sind rapide gestiegen.

Sechs Magazine – gebündelt auf derselben redakteurfreundlichen TYPO3-Codebasis

Wir haben alle sechs Publikationen von Texere auf der gleichen TYPO3-Codebasis, aber mit einer separaten Installation für jedes Magazin, aufgesetzt. So konnten wir die Konfiguration an die jeweilige Marke anpassen. Wir haben alle Vorteile von TYPO3 genutzt, darunter das exzellente Redakteursbackend für effizientes Publizieren. TYPO3 erlaubt uns ein Content Staging, damit Redakteure Inhalte in der Vorschau ansehen und Feedback einholen können, bevor sie online gehen. TYPO3 ist ebenso bekannt für blitzschnelle Website-Performance.

Texere konzentriert sich auf ihre Fachgebiete und wir konzentrieren uns auf unsere. Dennoch sind wir neugierig auf die Arbeit des anderen, wollen die jeweiligen Bedürfnisse verstehen und helfen uns gegenseitig, das zu tun, worin wir jeweils am besten sind. Wie Tracey Peers es ausdrückt, „stellte b13 Fragen, hörte zu, und mit ihren ersten Entwürfen haben sie bereits den Nagel auf den Kopf getroffen. Sie haben genau das geliefert, was wir wollten.“

Tracey ihrerseits sagt, dass es von größter Wichtigkeit ist, persönlichen Kontakt mit Entwicklern zu haben, weshalb sie gerne an TYPO3-Konferenzen teilnimmt: „Ich würde es hassen, mit einer Agentur zusammenzuarbeiten, bei der ich nicht mit den Entwicklern

sprechen könnte. Wenn du flink sein willst, ist es toll, Informationen direkt aus erster Hand zu bekommen.“

Wir haben schon vor der Gründung von Texere mit Tracey zusammengearbeitet, und unsere neunjährige Zusammenarbeit liefert weiterhin messbare Synergien und Kostenvorteile. So dauerte beispielsweise das gesamte Relaunch-Projekt für sechs Zeitschriften nur sechs Monate.

Zufriedene Investoren

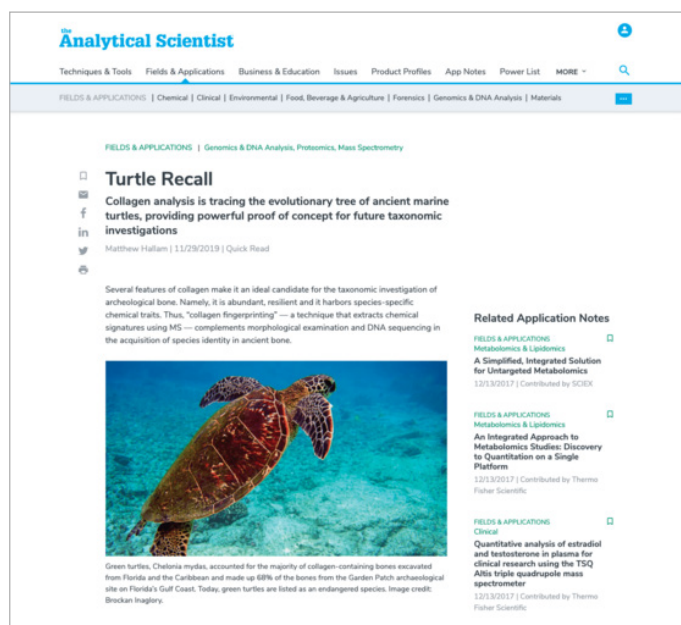
Als COO ist Tracey Kunden, einem Vorstand, Investoren und ihrem Team gegenüber verantwortlich. Sie muss entschlossen und in der Lage sein, schnell zu handeln. Sie weiß, dass sie sich auf b13 uneingeschränkt verlassen kann. „Sie sagen dir die Wahrheit. Was ich damit meine, ist: Wenn sie dir sagen, dass etwas zu einem bestimmten Zeitpunkt fertig sein wird, ist es das auch.“

Was die Rückmeldung an den Vorstand und die Investoren betrifft, so werden die Zahlen von Texere diese zum Strahlen bringen. Seit dem Relaunch der Website im Jahr 2018 verzeichnet The Ophthalmologist einen Anstieg der Nutzer um 60%, während die Konversionsrate um massive 10,2% gestiegen ist.

Hochwertiges Leseerlebnis

Tracey stellt fest, dass Wettbewerber oft aufgrund mangelnder Aufmerksamkeit für Details unterlegen sind – mit Webseiten voller Fehler aufgrund nicht mehr vorhandener Seiten, wenig ansprechenden Designs und schlechter Bedienbarkeit. Als Spezialist für hochmoderne Media-Publishing-Lösungen – Online-Magazine –, die einfach zu navigieren, aktuell und attraktiv gestaltet sind, sind wir bei b13 am besten positioniert, um derartige Fehler zu beseitigen und ausgefeilte Ergebnisse zu liefern.

Die Liebe zum Detail scheint sich auszuzahlen und Texere den Wettbewerbsvorteil in ihrer Branche zu verschaffen. Im Jahr nach dem Relaunch konnten alle sechs Texere Publikationen insgesamt 787.784 Unique User vorweisen – beeindruckende Zahlen für den sechsjährigen Verlag: „Es hat 25 Jahre gedauert, bis unsere Konkurrenten diese Kennzahlen erreicht haben“, sagt Tracey.



Die harte Arbeit hat sich gelohnt

Tracey ist sehr zufrieden mit ihrer Zusammenarbeit mit b13. „Ich liebe den b13 Ethos“, sagt sie.

Bei b13 sind wir stolz auf unsere Kunden und ihre Erfolgsgeschichten – und Texere macht da keine Ausnahme. Wir finden es faszinierend, unsere technische Expertise einzubringen und von Texere's Erfahrung in der Wissenschaftsverlagsbranche zu lernen. Darüber hinaus zeigt die Steigerung der Konversionsraten von Texere, dass sich der Aufwand gelohnt hat.