

# CORA

---

# Verlag

## Inhaltsübersicht Pressemappe

1	Der CORA Verlag: Spezialist in Sachen Liebe	2
2	Literaturgattung mit Zukunft: Der Liebesroman	5
3	Die Geschichte des Liebesromans	7
4	Liebe, Gefühl, Romantik: Das sind CORA Leserinnen	9
5	Für CORA schreiben nur die Besten	11
6	Fun Facts	13
7	Daten und Fakten auf einen Blick	14
8	Kontakt	14

## 1 Der CORA Verlag Spezialist in Sachen Liebe

*Seit 35 Jahren lässt der Hamburger Verlag mit romantischen, leidenschaftlichen und fesselnden Geschichten die Herzen seiner Leserinnen höher schlagen. Ein Erfolg, den man messen kann: Mit über 95 Prozent Marktanteil führt CORA das Segment Liebesromane im Pressevertrieb unangefochten an.*

### **Liebe im Sekundentakt**

Alle vier Sekunden geht in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein CORA-Roman über den Ladentisch. Kein Wunder: Der Verlag mit Sitz in Hamburg ist Spezialist, wenn es um große Gefühle und Romantik geht. Rund 800 Romane erscheinen jährlich, die Gesamtauflage liegt bei 15 Millionen Exemplaren.

Die Erfolgsstory rund um die „Romances“ mit Happy End-Garantie begann 1973 mit der Gründung des Koralle Verlages in Hamburg aus dem 1976 der CORA Verlag als Joint Venture zwischen der Axel Springer AG und der kanadischen Harlequin Enterprises Ltd., Toronto, hervorgegangen ist. Erstmals wurden in Deutschland angelsächsische Liebesromane im Digest-Format in den Pressemarkt gebracht. Seit April 2010 ist das kanadische Mutterhaus alleiniger Gesellschafter des CORA Verlages. Mit monatlich rund 110 veröffentlichten Titeln in 114 Ländern und 28 Sprachen ist Harlequin weltweit Marktführer für Roman-Serien.

„Romances“ – das sind emotionale, unterhaltsame und hochwertige Taschenromane aus dem englischen Sprachraum für überwiegend weibliche Leser. Diese können heute aus einer breiten Produktpalette ihre Lieblingsromane auswählen: Ausgehend von vier Basisreihen – JULIA, ROMANA, BIANCA und BACCARA wurde das Programm im Lauf der Jahre aufgrund der großen Beliebtheit um zahlreiche Spezial- und Sonderbände erweitert. Großer Favorit der Leserinnen: Das Format „Julia Extra“, das 2010 seinen 30. Geburtstag feierte. Vier gefühlvolle Liebesgeschichten zum extragünstigen Preis garantieren stundenlanges Lesevergnügen. Zu kaufen gibt es CORA Romane ausschließlich im klassischen Zeitschriftenhandel, denn die CORA Bestseller, die für Jeden erschwinglich sind, werden – wie Zeitungen und Zeitschriften – über den Pressehandel vertrieben.

## **Romances – vielfältig und immer wieder neu!**

Die CORA Romanpalette bietet eine ungeheure Vielfalt und – **ähnlich wie ein guter Hollywood Liebesfilm** – für einige Stunden beste Unterhaltung zum günstigen Preis. Wer Filme wie „Pretty Woman“, „Schlaflos in Seattle“ oder „Message in a Bottle“ mag, wird ähnliche Unterhaltung mit Happy End-Garantie in den klassischen Romances JULIA, BIANCA und ROMANA finden. Aber auch leidenschaftliche Liebe, spritzige Dialoge und prickelnde Erotik gibt's bei CORA: In den Reihen BACCARA und Tiffany gehen vor allem junge, moderne Frauen regelmäßig auf die Suche nach „Mr. Right“ – ganz nach dem Vorbild des Hollywood-Kassenschlagers „Sex and the City“. Liebhaber des historischen Genres werden bei „Historical“ fündig. Aus der Feder internationaler Spitzenautorinnen wie Georgette Heyer oder Philippa Gregory erinnern die Geschichten an Filmklassiker wie „Stolz und Vorurteil“ oder „Zimmer mit Aussicht“. Mit den Reihen „mystery“, „mystery thriller“ und „Geschöpfe der Nacht“ hat CORA auch schaurig-spannende Lektüre im Stil der Twilight-Kinoerfolge im Programm.

Frischen Wind in den Verlag brachte im Januar 2011 die neue, optimierte Markenarchitektur. CORA strukturierte sein gesamtes Portfolio neu, um so die bessere Differenzierung und Positionierung der einzelnen Reihen im Pressemarkt zu unterstützen sowie für eine höhere Effizienz für Grosso und Handel zu sorgen. Dabei wurde die Angebotspalette deutlich gestrafft. Rund 40 verschiedene Titel erscheinen aktuell im CORA Verlag. Mit dem sanften Relaunch wurden CORA Romane auch zeitgemäßer, ohne dabei die jeweilige Marke zu verfremden. So kennzeichnen die optische Neuerung neue Claims, neue Logos und neue Farben. Auch inhaltlich wurden die einzelnen Profile geschärft.

## **eBooks: Auf in die digitale Zukunft**

Nicht nur am Kiosk sind die Romane mit Herz erhältlich: Mit seinem eigenen eBook-Onlineshop ([www.cora.de/eBooks](http://www.cora.de/eBooks)) wird der Hamburger Liebesromanspezialist auch online seiner Stellung als Marktführer gerecht. Kunden können sich hier schon ab 2,49 Euro immer und überall neueste oder bereits vergriffene Romane ihrer Lieblingsautorin herunterladen. So lässt sich ganz bequem eine eigene, umfangreiche mobile Bibliothek anlegen. Mit knapp 2.000 Titeln zählt der CORA Verlag zu den größten deutschen Anbietern für eBooks. Zudem sind die digitalen

Liebesgeschichten für eReader, iPhone oder iPad auch bei Anbietern wie Apple, Amazon, Libri, und vielen anderen Online-Shops erhältlich.

### **MIRA – das Taschenbuchprogramm von CORA**

Im Juli 2002 startete der CORA Verlag unter dem Label MIRA Taschenbuch sein Buchprogramm. Mit New York Times-Bestsellerautoren wie Nora Roberts, Alex Kava, Sandra Brown oder Tess Gerritsen hat sich das Programm schnell am Markt etabliert. Neben Romances und Spannungsliteratur publiziert MIRA Taschenbuch inzwischen auch Romane aus den Bereichen Fantasy, Erotik und Young Adult Fiction. MIRA konnte seine Stoffe sogar ans Fernsehen verkaufen: Polyphon International sicherte sich 20 Titel der MIRA Autorin Emilie Richards als Drehbuchvorlagen. Mit prominenter Besetzung werden sie seit 2009 verfilmt und als ZDF-Sonntagsfilme sehr erfolgreich ausgestrahlt. Mehr Infos unter [www.mira-taschenbuch.de](http://www.mira-taschenbuch.de)

## 2 Literaturgattung mit Zukunft: Der Liebesroman

*Liebesromane haben nicht nur eine lange Vergangenheit – sondern vor allem Zukunft. Es ist ein Genre, das sich qualitativ weiterentwickelt und stetig neue Leserschichten und Marktanteile gewinnt.*

Traditionell werden Liebesromane der Trivilliteratur zugeordnet. Ein Begriff, der Literaturgattungen versammelt, die als leicht verständlich gelten. Denn „trivial“ bedeutet „das allgemein Bekannte“. Diese Romane sprechen vor allem ein weibliches Publikum an. Sie handeln von großen Gefühlen zwischen zwei Menschen unterschiedlichen Geschlechts und folgen in ihrem Aufbau festgelegten Grundmustern. Ganz wichtig: Die Geschichte muss gut ausgehen. D. h., die Liebe der beiden Hauptfiguren muss sich erfüllen und am Ende aller noch so komplizierter Irrungen und Wirrungen steht stets das Happy End.

### **Der Liebesroman als „Seelenfutter“**

Kritik an diesem Genre muss man erfahrungsgemäß nicht lange suchen. Tenor: Im Liebesroman werde eine heile Welt gezeigt, Themen mit gesellschaftlicher Relevanz würden ausgeblendet; die Erwartungen eines großen Massenpublikums würden mit Klischees bedient. Ungeachtet solcher Einschätzungen wächst jedoch die Beliebtheit von Liebesromanen in breiten Teilen der Bevölkerung und dies hat gute Gründe. In einer Pressemitteilung der Autorinnen-Vereinigung DeLiA heißt es zum Beispiel: „In einer Welt, die unübersichtlicher geworden ist und in der stabile Familienverhältnisse und Freundschaften oftmals fehlen, wächst unsere Sehnsucht nach der großen, einzigartigen Liebe, die uns Halt gibt. (...) Lesen wir Liebesromane, schwelgen wir gefahrlos in tiefen Gefühlen, selbst wenn der Alltag sie uns vorenthält. Liebesromane sind Seelenfutter. Wenn es keine Liebesromane gäbe, dann müssten sie erfunden werden!“

### **Die „heimlichen Bestseller“**

Ausdruck für das positive Image und die Akzeptanz von Liebesromanen sind sicherlich die Auflagenzahlen sowie die Umsätze der Verlage. Die häufig tot gelästerte Branche erlebte nach der deutschen Wiedervereinigung einen unglaublichen Boom. Romane werden von allen Bevölkerungsgruppen gelesen. Dass die Plots einander stark ähneln,

macht nichts. Im Gegenteil: Die Muster der Liebesromane werden von den Lesern nicht nur durchschaut, sie werden von ihnen sogar erwartet und ausdrücklich gewünscht. Der italienische Autor und Sprachwissenschaftler Umberto Eco spricht in diesem Zusammenhang von einer „Lust an der Wiederholung“ und vom „Vergnügen an der Variation des ewig Gleichen“. Wie eine Untersuchung über „Liebesromanleser in den neuen Bundesländern“ der Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin Cordula Günther ergab, ist der Liebesroman nur noch selten Thema des öffentlichen Diskurses.

Dabei erreichen Liebesromane im Pressevertrieb Woche für Woche ein Millionenpublikum. Die erotischen Liebesromane, die erst seit einigen Jahren erscheinen, sind nach Günther Teil einer internationalen Populärkultur. Obwohl die Liebesromane in der Öffentlichkeit eher ein Schattendasein führen, sind sie die „heimlichen Bestseller der Nation“. Wie sich leicht durch Zahlen belegen lässt, sind Liebesromane tatsächlich äußerst erfolgreich. 98 Prozent der Leserschaft ist weiblich. Dabei sind die Leserinnen von Liebesromanen laut Ilse Bröhl, Chef-Lektorin beim CORA Verlag, durchaus „keine lebensuntüchtigen grauen Mäuse“, sondern moderne, durchschnittlich gebildete Frauen sowie Akademikerinnen, die sich mit den Romanen „für kleines Geld ein paar schöne Stunden machen“.

### 3 Die Geschichte des Liebesromans

Die Anfänge des Liebesromans liegen im 18. Jahrhundert: 1740 erhält der Buchdrucker Samuel Richardson den Auftrag, eine Sammlung von Musterbriefen für junge Damen zu drucken. Dieser Auftrag regt ihn dazu an, den Briefroman „Pamela oder die belohnte Tugend“ zu schreiben. Der wird nicht nur zum großen Erfolg, sondern macht Richardson auch zum Begründer eines neuen Genres: Der empfindsame Roman war geboren – Vorläufer aller heutigen Liebesromane. Samuel Richardson ist damit außerdem der erste Autor überhaupt in der Geschichte der Erzählkunst, der den Schwerpunkt statt auf die äußere Handlung ganz auf die innere Dramatik der Protagonisten legt. Erstmals wird ein ausführliches Psychogramm einer weiblichen Hauptfigur entworfen. Von dieser neuartigen Erzählkunst lassen sich viele namhafte Schriftsteller inspirieren, darunter auch Jane Austen zu „Stolz und Vorurteil“, jenem Roman, der heute zu den Klassikern der Weltliteratur zählt.

Seinen Siegeszug tritt der sogenannte „Heftroman“ schließlich im 19. Jahrhundert an; zunächst mit Bilderbogen, Ein-Blatt-Drucken und Fortsetzungsgeschichten in Zeitschriften. Bekanntestes Beispiel ist „Die Gartenlaube“, der Prototyp der Familienillustrierten. Es folgen Einzelhefte in unterschiedlichen Formaten. Der technische Fortschritt ermöglicht die Senkung der Herstellungskosten, Romane sind jetzt überall erhältlich und für fast jeden erschwinglich, was die Nachfrage weiter steigen lässt. Etwa ab 1870 erscheinen Fortsetzungsromane oder Romanfolgen mit abgeschlossenen Geschichten, die sich um die stets gleichen Protagonisten ranken.

Im 20. Jahrhundert verfestigt sich zunehmend der Stil des Liebesromans, den wir bis heute kennen. Hauptthema ist die nicht anerkannte Liebesbeziehung zwischen Angehörigen des Adels und des Kleinbürgertums. Durch Not und Leid hindurch finden die Figuren ihren Weg zum Glück – Happy End garantiert. Liebesromane erreichen ein riesiges Publikum, das sich mit Hilfe der stets glücklich endenden Geschichten in eine Traumwelt zurückziehen kann. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges dringen hunderte von Romanserien in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf den Markt.

## **Gegenwart und Zukunftsperspektiven**

In den USA und England ist die Gattung der „romance novels“ längst Bestandteil der Unterhaltungsliteratur. Der Autorinnenvereinigung DeLiA zufolge, sind Liebesromane dort als eigenständige Literaturform anerkannt; ihre Verfasser werden als ernst zu nehmende Autoren wahrgenommen. An ihnen zeigt sich auch, dass literarische Qualität dem Erfolg von Liebesromanen keineswegs abträglich ist. Fast alle großen deutschen Verlage haben diese „Romances“ mittlerweile im Programm und auch die Präsentationsform der Romane wird inzwischen wachsenden Qualitätsansprüchen gerecht. So finden gebundene Taschenbücher zu günstigen Preisen großen Anklang bei der Leserschaft. Dass Heftromane Zukunft haben, zeigt der hohe Anteil jüngerer Leserinnen: Eine Studie des CORA Verlags hat ergeben, dass fast jede dritte Leserin von CORA Romanen jünger als 30 Jahre ist.

#### **4 Liebe, Gefühl, Romantik: Die CORA Leserinnen**

*Wa(h)re Gefühle: Mit jährlich 15 Millionen veröffentlichten Happy Ends ist der Hamburger CORA Verlag absoluter Marktführer für Liebesromane im deutschen Pressevertrieb. Ein Umstand, den CORA keinesfalls dem Zufall verdankt, sondern vielmehr seiner mittlerweile 35-jährigen Markterfahrung im Bereich Frauenliteratur. Wie sieht sie aber aus, die „typische“ CORA Romanleserin? Um das herauszufinden, führte der Verlag in den vergangenen Jahren mehrere Umfragen durch.*

##### **Einmal CORA – immer CORA!**

Geht es um Qualität, machen CORA Leserinnen keine Kompromisse, denn 64 Prozent gaben an, dafür durchaus mehr Geld auszugeben. Nicht nur das: Sind sie mit „ihrer“ Marke zufrieden, bleiben ihr zu 87 Prozent auch treu. Beide Ergebnisse sind entscheidend für den CORA Erfolg. Schließlich grenzt sich das hochwertige Taschenbuchformat der Romane nicht nur optisch von „Billig-Romanen“ ab, es bietet auch inhaltlich alles, was „Women’s Fiction Hits“ aus Nordamerika zu bieten haben: Liebe, Gefühle, Romantik, Leidenschaft, Sehnsucht, Dramatik sowie Irrungen und Wirrungen bis zum Happy End – geschrieben von internationalen Top-Autorinnen. Dies alles trägt zur extrem hohen Kundenbindung von CORA Romanen bei. Das Erfolgsrezept: Immer neu – und trotzdem vertraut!

##### **Sie können sich etwas leisten und haben viel Zeit für sich!**

CORA Romane bieten Entspannung für Millionen von Frauen. Dafür hat der Verlag vier verschiedene Basisreihen im Portfolio, die von ca. fünf Millionen Leserinnen ab 14 Jahren konsumiert werden. 70 Prozent davon leben in den alten Bundesländern, 30 Prozent in den neuen (Quelle: VA 2009). Jeder der 14-täglich erscheinenden Basistitel JULIA, BIANCA, ROMANA und BACCARA ist unterschiedlich positioniert, d.h. für jede Stimmung gibt es auch die passende Lektüre. So erreichen CORA Basisreihen pro Ausgabe durchschnittlich 870.000 Leserinnen im Alter von Mitte vierzig bis 46 Jahren (der Bundesdurchschnitt liegt bei 48,8 Jahren.). CORA Leserinnen gehören damit zu der Altersgruppe, die sich zeitlich und finanziell wieder mehr um sich selbst kümmern und sich etwas gönnen kann. Ebenfalls interessant: Leserinnen von CORA Basisreihen weisen

strukturell eine große Ähnlichkeit zu den Leserinnen jüngerer unterhaltenden Frauenzeitschriften wie „BILD der Frau“, „tina“ oder „bella“ auf.

### **Gesundheit, Ernährung und Schönheit im Fokus**

Was bisher wenige wissen: CORA Romane sind ein erstklassiges Umfeld für Anzeigenschaltungen, das eine exklusive Wahrnehmung garantiert. „Da sich unsere Leserinnen verstärkt für Gesundheit, Ernährung und Schönheit interessieren, bieten die Romane den geeigneten Rahmen für die Mediaplanung der Wellness-, Lebensmittel- und Pharmabranche“, so Thomas Beckmann, Geschäftsführer des CORA Verlags. Auch in ihren Konsumgewohnheiten ähneln die Leserinnen von CORA Basisreihen den Rezipienten von unterhaltenden Frauenzeitschriften. So verwenden sie überdurchschnittlich häufig OTC-Produkte und betreiben Selbstmedikation, legen großen Wert auf Körperpflege- und Kosmetikprodukte, genießen oft Kaffee, Tee sowie Süßwaren und kochen außerdem gerne.

### **Häuslich, aktiv und modern!**

CORA Leserinnen lieben ihre vier Wände und verschönern regelmäßig nicht nur sich selbst, sondern auch ihr Heim. Mittelpunkt ihres Lebens ist ihr soziales Umfeld: Für 69 Prozent sind Familie und Partnerschaft das Wichtigste, 90 Prozent verbringen ihre Freizeit am liebsten mit Freunden. Kochen (77 Prozent) und Backen (66 Prozent) zählen zu den absoluten Leidenschaften von CORA Leserinnen. Auch Umweltbewusstsein ist ein wichtiges Thema: Sie kaufen Getränke in Mehrwegflaschen und verwenden im Haushalt bevorzugt umweltschonende Reinigungsmittel (67 Prozent). In ihrer Freizeit sehen 96 Prozent fern, 88 Prozent lesen Zeitschriften oder hören zur Entspannung Musik. Aktiv sind sie auch: 57 Prozent schwimmen, 51 Prozent fahren regelmäßig Fahrrad und 46 Prozent gehen wandern.

## 5 Für CORA schreiben nur die Besten

*Nora Roberts, Sandra Brown, Tess Gerritsen oder Emilie Richards sind preisgekrönte Bestseller-Autorinnen mit weltweiten Millionenauflagen und haben eines gemeinsam: ihre Liebesromane erscheinen bei CORA.*

Die Geschichte des Hamburger CORA Verlags ist eine Erfolgsstory. Seit 1976 publiziert der Liebesromanspezialist, Tochterunternehmen der kanadischen Harlequin Enterprises Ltd., unter solch klangvollen Namen wie JULIA, BIANCA, ROMANA und BACCARA romantische Liebesabenteuer. Gründe für den Erfolg der Romanreihen sind vor allem die Schätze, die sich hinter den fantasievollen Roman-Titeln verbergen: Liebesgeschichten der bekanntesten Autorinnen der Welt! Weniger bekannt ist, dass die Wiege des Erfolgs gerade dieser Schriftstellerinnen, die heute mit Spitzenauflagen international gefeiert werden, die „Romance-Schmiede“ von Harlequin/CORA ist. Hier haben sie erstmals publiziert und wurden aufgebaut.

Eine davon ist **Nora Roberts**, deren Romane regelmäßig in der Reihe JULIA publiziert werden. Mit über 100 Millionen verkauften Büchern, die in über 30 Sprachen übersetzt wurden gehört sie zu den meistgelesenen Autorinnen der Welt. Seit 1999 war jedes ihrer Werke ein New York Times-Bestseller, 29 davon landeten direkt auf Platz 1 der Liste.

Fast ebenso erfolgreich wie „The Nora“ – wie die Autorin von ihren schreibenden Kolleginnen in den USA respektvoll genannt wird – ist **Sandra Brown**. Auch sie schrieb sich in über 30 Jahren ihres Schaffens in den Bestseller-Olymp vieler Länder und ihre Romane verkauften sich weltweit bereits mehr als 50 Millionen Mal. Die Texanerin verdiente ihre Brötchen unter anderem als Model, Wetteransagerin, Schauspielerin oder Journalistin und sammelte dabei zahlreiche Anregungen und Ideen für die Plots ihrer späteren Bücher.

Die Faszination von Familien, ihr Zusammenhalt und auch ihre Differenzen, sind die Schwerpunkte von **Emilie Richards**. Die studierte Familienpsychologin lässt stets viel Privates in ihre Romane einfließen. Sei es, dass die Hauptfigur ein Priester ist (sie selbst ist seit mehr als 30 Jahren mit einem verheiratet), oder aber die vielen wunderbaren Schauplätze ihrer

Romane, die sie dank ihrer unzähligen berufsbedingten Umzüge kennenlernte. Ihre mehrfach ausgezeichneten, weltweit veröffentlichten Liebesgeschichten erscheinen bei CORA regelmäßig in unter JULIA.

Auch fesselnde Krimilektüre steht bei CORA auf dem Programm. Und in diesem Bereich vereint kaum eine andere Autorin auf so überzeugende Weise erzählerisches Können mit wissenschaftlichen Fakten wie **Tess Gerritsen** – immerhin arbeitete sie nach ihrem Medizinstudium als Internistin auf Hawaii. Mitte der 1980er Jahre versuchte sich Tess Gerritsen für den Literatur-Wettbewerb einer Tageszeitung erstmals Mal an einer Kurzgeschichte – und gewann damit auf Anhieb den ersten Preis. 1987 wurde ihr erster „Romantic Thriller“ veröffentlicht und seitdem schreibt sie reihenweise Bestseller. Tess Gerritsen gilt als unbestrittene Meisterin spannender Medizinthriller. Bei CORA erscheint sie in der Reihe „Julia Festival“.

Unter der Dachmarke mystery präsentiert CORA außerdem Shootingstars der Vampirliteratur wie **Jennifer Armintrout**, **Ellen Schreiber** oder **Gena Showalter**, deren Romane gleichermaßen die Herzen von Kritikern und Lesern im Sturm eroberten.

Mit der Reihe HISTORICAL ist CORA Deutschlands größter Anbieter für historische Romane und präsentiert regelmäßig Top-Autorinnen wie **Georgette Heyer** oder **Philippa Gregory**, deren Romane bereits von Hollywood verfilmt wurden. Besonders beliebt ist die noch junge Reihe „HISTORICAL präsentiert starke Frauen“, in der willensstarke ihr Schicksal mutig selbst in die Hand nehmen.

## 6 Fun Facts

- 2010 wurde in Deutschland, Österreich und der Schweiz **alle 4 Sekunden ein** CORA Liebesroman gekauft!
- Alle Seiten der im Jahr 2010 verkauften CORA Romane zusammengerechnet, ergeben **4 Milliarden Buchseiten**.
- Alle in den vergangenen 35 Jahren verkauften JULIA Romane aufeinander gelegt, ergeben einen Stapel, der **höher ist, als der 9.000 Meter hohe Mount Everest**.
- Würde man die Seiten aller jemals verkauften CORA Romane aneinanderlegen, erhielte man eine Strecke von sage und schreibe **24 Millionen Kilometern**. Das ist in etwa so viel wie **560 Mal um den Äquator oder 30 Mal zum Mond und zurück**.
- In den 2010 verkauften CORA Romanen wurden rund **100 Millionen Mal** die Worte „Ich liebe dich“ ausgesprochen und noch mehr Küsse ausgetauscht.
- Bei so viel Liebe bleibt der Babyboom nicht aus: **Millionenfach** freuten sich CORA Liebespaare **über Nachwuchs**.
- Wer CORA Romane liest, reist nicht nur durch verschiedene Epochen, sondern **um die ganze Welt**. Ob im schneebedeckten Alaska, unter karibischen Palmen oder in den schottischen Highlands: Ein Happy End gibt es überall.
- Möchte man die Einwohner aller Länder verstehen, in denen CORA Romane spielen, muss man **mindestens 26 Sprachen** sprechen können.

## 7 Daten und Fakten auf einen Blick

- Firmierung: Harlequin Enterprises GmbH
- 100prozentiger Gesellschafter: Harlequin Enterprises Ltd. (Kanada)
- Der CORA Verlag beschäftigt 30 feste und ca. 300 freie Mitarbeiter (z.B. Lektoren, Bearbeiter und Übersetzer)
- Mit 95 Prozent Marktanteil absoluter Marktführer im Bereich der Liebesromane im Pressevertrieb
- Romane von über 1.500 Erfolgsautorinnen aus dem englischsprachigen Ausland und aus Deutschland stehen zur Verfügung
- Über 15 Millionen verkaufte Romane jährlich
- Jährlich werden über 800 Romane veröffentlicht
- Romanreihen: JULIA, BIANCA, BACCARA, ROMANA, Tiffany, mystery, Historical
- Im Juli 2002 startete der CORA Verlag unter dem Label MIRA Taschenbuch sein New York Times Bestseller-Programm im Buchmarkt
- Seit Januar 2010 sind CORA Romane auch als eBooks erhältlich

## 8 Kontakt

Martina Warning

John Warning Corporate Communications GmbH

Gurlittstraße 28

20099 Hamburg

Fon: +49 (0)40 533 088 80

Fax: +49 (0)40 533 088 88

E-Mail: [m.warning@johnwarning.de](mailto:m.warning@johnwarning.de)

Internet: [www.johnwarning.de](http://www.johnwarning.de)