

BALD SIND FERIEN

INFORMATION  
ZUR IMAGEKAMPAGNE



Sag's mit einem Buch.



IHRE BUCHHANDLUNG

# Los geht's!

Thomas Kramer ist Präsident  
des Schweizer Buchhändler- und Verlegerverbands

**S**o, liebe Buchhändlerinnen und Buchhändler, jetzt liegt es an Ihnen. Helfen Sie mit, der Image-Kampagne für den stationären Buchhandel zu einem möglichst starken Auftritt zu verhelfen! Und damit hoffentlich erfolgreich Stimmung zu machen für das Kulturgut Buch, für die Unterhaltungsdroge Buch und für die kompetenten lokalen Verkaufsorte von Büchern.

Gute Buchhandlungen sind eminent wichtige Verteilerzentralen von Wissen, Unterhaltung, Hochkultur, Ablenkung, Blödsinn, Weiterbildung und Lebensfreude. Und dass sich die Branche seit Jahren in der Defensive wähnt, ändert nichts daran, dass dem so ist. Das gedruckte Buch und seine Verkaufsorte haben den Zusammenbruch des CD- und DVD-Marktes überstanden und stehen im Vergleich zu diesem weit besser da, obwohl wir in den Medien oft in den gleichen Topf geschmissen werden. Aber steter Zweifel höhlt die Moral, und auch dem wollen wir entgegenwirken.

*Hier* erfahren Sie, was Sie als Buchhandlung tun können, um die Kampagne auch in Ihrem Umfeld bekannt zu machen und zu deren Erfolg beizutragen. Denn eine solche selbstbewusste Aufmerksamkeitsoffensive steht und fällt mit Ihnen, die tagtäglich Bücher an die Kundinnen und Kunden bringen. Unsere Werbeaktion vermittelt nicht sauerböfisch Wichtigkeit, sondern soll auch Spass machen – mit einem Augenzwinkern. Und es ist gerade einer der Assets, dass es gelungen ist, von den ganz grossen bis zu ganz kleinen alle Branchenteilnehmer hinter die Kampagne, ihre Ausrichtung und Form zu versammeln.

Die Deutschschweizer Verlage und der Zwischenbuchhandel helfen und bezahlen solidarisch mit. Aber die Image-Kampagne steht und fällt mit der aktiven, engagierten, energievollen Teilnahme und Initiative der Buchhandlungen. Seien Sie Teil davon!

Ihr Thomas Kramer



FOTO: LEE LI PHOTOGRAPHY

«Buchhandlungen sind Verteilerzentralen von Unterhaltung, Hochkultur und Lebensfreude.»

# Die wichtigsten Infos zur Buch-Kampagne

**Anfang November 2018** startet die «Sag's mit einem Buch»-Kampagne des Deutschschweizer Buchhandels. Was für Werbematerial gibt es? Wer koordiniert? Wer zahlt? Warum jetzt – und was will die Kampagne eigentlich? Hier die wichtigsten Informationen dazu.

**G**enug geplant, gerechnet, diskutiert und abgestimmt: Die Generalversammlung in Bern gab grünes Licht für die Buchhandels-Kampagne, die Sujets sind ausgewählt, die Medien bestimmt, und an der ausserordentlichen GV am 27. August in Olten wurde über die Finanzierung entschieden. Jetzt geht's an die Umsetzung, und Anfang November richtig los. – Wie gross die «Sag's mit einem Buch»-Kampagne tatsächlich wird, und wie viel Wirkung wir erzielen, hängt wesentlich davon ab, wie viele mitmachen. Wir zählen auf Sie – und nicht nur den Buchhandel! Auf den folgenden Seiten haben wir die wichtigsten Informationen rund um die Image-Kampagne der Schweizer Buchbranche zusammengestellt.

> **Warum jetzt diese Kampagne?** Seit Jahren fordern Buchhandels-Mitglieder des SBVV eine grosse Branchen-Kampagne; der Zentralvorstand hat im Frühling 2017 angekündigt, sich dem Thema annehmen zu wollen. Entscheidend für die Lancierung war, dass wir mit Martin Spillmann und Peter Felser zwei ausgewiesene Fachleute gefunden haben, die uns die einmalige Chance boten, eine professionelle Kampagne zu einem sehr, sehr günstigen Preis zu kreieren. Das Duo hat zudem mit Serviceplan eine Agentur im Rücken, die sich um die praktische Umsetzung kümmert (siehe Abschnitt «Wer setzt die Kampagne um»), und gute Kontakte zu APG und andern Werbeinstitutionen, um günstig an Werbemöglichkeiten zu kommen, die wir sonst nie bezahlen könnten. Zudem erscheint es uns wichtig, jetzt ein starkes öffentliches Zeichen gegen die aktuelle Negativberichterstattung

über den Buchhandel zu setzen. Denn trotz digitalem Strukturwandel und Frankenschock: Die Schweizer Buchbranche ist – im Vergleich zu andern Medienbranchen – immer noch da, und erstaunlich vital. Ziel der Kampagne ist es, das Buch und den Buchhandel öffentlich in ein positives Licht zu rücken, selbstbewusst und mit einer Portion Selbstironie. – Das wird zu keinen direkten Zusatzumsätzen führen. Aber wir sind überzeugt: Wenn wir mit all unseren Kanälen für «Sag's mit einem Buch» werben, erreichen wir eine öffentliche Wahrnehmung, von der schliesslich die gesamte Buchbranche profitieren wird.

## WERBEPAKETE FÜR BUCHHANDEL

- > Ein Set von je 4 Plakaten (für Schaufenster A1/Strassenstopper A2)
- > Buchzeichen-Set (drei Sujets)
- > Postkarten-Set (sechs Sujets)
- > Kleber – in der elektronischen Form auch für Social Media, Mail-Signatur oder Webseiten zu nutzen
- > Dazu elektronische Vorlagen aller Werbemittel zum Download in unterschiedlichen Auflösungen und Formaten für print und digital

## WERBEMATERIAL FÜR VERLAGE

- > Kampagnen-Button/Kleber: in der elektronischen Form für Social Media, Mail-Signatur oder Webseiten zu nutzen
- > Elektronische Vorlagen aller Werbemittel zum Download in unterschiedlichen Auflösungen und Formaten für print und digital
- > Gedruckte Werbemittel auf Anfrage

> **Starttermin Anfang November:** Der genaue Starttermin hängt noch von den Druckdaten ab. Spätestens Ende Oktober aber werden die Werbematerialien zur Verfügung stehen, damit wir im November und Dezember einen starken Start hinlegen können.

> **Auf welchen Zeitraum angelegt:** Die «Sag's mit einem Buch»-Kampagne ist auf zwei Jahre angelegt. Neben den Werbematerialien sind auch Begleitprojekte geplant (siehe Abschnitt «Begleitende Aktivitäten»).

> **Wer setzt die Kampagne um:** Serviceplan AG koordiniert die Arbeiten und setzt die Kampagne um: Gestaltung der Sujets, Druck, Mediaplanung für Plakataushang und Kinodias, etc.

> **Werbematerialien:** Die Kampagne setzt hauptsächlich auf Werbemittel, die in den brancheneigenen Kanälen verwendet werden können, also Plakate, Buchzeichen, Postkarten, Kleber und Anzeigen in Kundenmagazinen. Zusätzlich werden an APG-Plakatstellen und in Kinos der ganzen Deutschschweiz die Buch-Sujets zu sehen sein. Buchhandels-Mitglieder des SBVV werden automatisch mit einem Werbepaket beliefert (Inhalt siehe Spalte links). Verlage erhalten neutrale Banner/Buttons und Kleber, um an der «Sag's mit einem Buch»-Kampagne mitmachen zu können. Alle Werbemittel werden auch in elektronischer Form zur Verfügung stehen (auch in druckfähiger Version), wo auch das eigene Firmenlogo eingesetzt werden kann.

> **Versand:** SBVV-Mitglieder werden automatisch mit Werbepaketen beliefert. Über Details (genaue Termine,

Möglichkeiten zum Nachbestellen, etc.) werden wir gegen Ende Oktober informieren können.

- > **Werbesujets:** Die definitiven Buchcover-Sujets für den Start der Kampagne sind ausgesucht. Im Moment werden die Bücher fotografiert und die Anzeigen fertiggestellt (ein Beispiel davon ist auf Seite 20 zu sehen). Wie an der ausserordentlichen GV angeht, werden zusätzlich zu den Plakaten, Buchzeichen und Postkarten auch Kleber produziert, die in der elektronischen Form auch auf Webseiten, Newslettern oder Social Media-Kanälen eingesetzt werden können – auch von Verlagen. Zudem werden 2019 weitere Sujets entwickelt, zu denen Verlage und Buchhandlungen Vorschläge liefern können.
- > **Begleitende Aktivitäten:** Im Rahmen der «Sag's mit einem Buch»-Kampagne sind auch diverse Begleitprojekte geplant, die mediales Echo erzeugen sollen. Eine erste Aktion werden Speed-Datings mit Büchern sein. Zum Welttag

des Buches am 23. April 2019 wird ein grosser, zentraler Anlass organisiert. Danach sollen die Bücher-Datings in kleinerem Rahmen in einzelnen Buchhandlungen stattfinden. Ideen für weitere Aktivitäten werden noch abgeklärt.

- > **Was kostet die Kampagne, wer zahlt:** Für die Kampagne hat der SBVV für 2018 und 2019 aus Eigenmitteln insgesamt 60 000 Franken budgetiert. Mit den an der ausserordentlichen GV bewilligten zusätzlichen Kampagnenbeiträgen der Mitglieder sollen jährlich nochmals während zweier Jahre je rund 130 000 Franken dazukommen (die Rechnungen werden im November verschickt). Ausserdem werden sich die Grossen der Branche in Form von weiteren Geld- oder Sachleistungen beteiligen.
- > **Warum müssen auch Verlage mitzahlen:** In der Verbandsarbeit – zumal in einem Dreipartien-Verband wie dem SBVV – gibt es immer wieder Aktivitäten, die nicht alle Mitglieder direkt betreffen. Es gab und gibt diverse Pro-

jekte, die im Wesentlichen den Verlagen dienen: Beispiele dafür sind die Verlagsförderung, für die wir uns jahrelang engagiert haben, oder die Informationsoffensive an Schulen für das faire Kopieren von Lehrmitteln. Aktuell kämpfen wir für ein Urheberrecht, das wissenschaftliche Verlage der Schweiz nicht die Existenzgrundlage entzieht. Und von den Aktivitäten zur Buchpromotion (Auslandmessen, Verlegerreisen, etc.) profitieren im Wesentlichen die Verlage. Es gehört zu den wesentlichen Prinzipien der Verbandsarbeit, dass man solche Aktivitäten mitträgt, auch wenn sie einem direkt nicht viel bringen, sondern zum Ziel haben, einen Teil der Buchkette, und damit die gesamte Branche zu stärken. Nun ist für einmal der Buchhandel dran.

Wir hoffen und zählen auf Sie. Damit es keine Kampagne des SBVV, und auch nicht nur einiger Buchhandlungen wird, sondern eine starke, gemeinsame Branchenaktion für das Buch und den Buchhandel.

DANI LANDOLF

## *To-do-Liste November 2018*

- *Kampagne Schaufenster vorbereiten*
- *Newsletter vorbereiten*
- *Eventuell eigenes Buchhandlungslogo auf der Vorlage einbetten*

*... mehr Infos folgen Ende Oktober!*

*Fragen und Inputs an  
sekretariat@sbvv.ch*