

Gespräche mit Branchenmitgliedern zum Thema Social Media

Wie wichtig erachten Sie Social Media für den Buchhandels- bzw. Verlagsalltag?



Stefan Mödritscher,
Prokurist

Stefan Mödritscher/BH Morawa: Es ist eine weitere Möglichkeit, mit unseren Kunden in Kontakt zu stehen – und sie auch neben dem Besuch in der Buchhandlung „anzusprechen“.

Angela Magenheimer/Thalia W3: Social Media Plattformen sind aus unserer Zeit nicht mehr wegzudenken. Viele Menschen werfen schon morgens nach dem Aufwachen als Erstes einen Blick aufs Handy und damit in ihre sozialen Netzwerke. Es ist uns wichtig, auch mit unserer Filiale z. B. auch auf Facebook vertreten zu sein. Durch Fotos von Lesungen, Thematischen oder den Bürohunden bekommen die User Bezug zu unserem Geschäft – wir werden Vertraute, interagieren schnell und unkompliziert. Dadurch kommen die Menschen in unsere Filiale wie zu einem Besuch bei Freunden.

Mag. Sibylle Hamtil/Metroverlag: In dem Maße, in dem starre, veraltete Systeme wie Websites nicht mehr alle Interessierten erreichen, weil sie passiv sind und keine aktive Ansprachemöglichkeit an prospektive Leser und Käufer bieten, gewinnen Social Media immer mehr Bedeutung in unserer täglichen Verlagsarbeit.

Helmut Zechner/BH Heyn: Sehr wichtig!

Nutzen Sie diese Kanäle für die Realisierung bzw. Optimierung von Veranstaltungen?

Stefan Mödritscher: Wir informieren über die Veranstaltungen in unseren Häusern. Da die Facebook-Seiten aber für alle Standorte gemeinsam gelten, ist die Resonanz der FB-Freunde verhalten. (Wen interessiert in Spittal, was in Feldbach passiert?)

Angela Magenheimer: Alle Veranstaltungen unserer Filiale sind auch auf Facebook zu finden und werden hier auch beworben: www.facebook.com/thalia.at.wienw3. Informationsfluss und Einlademöglichkeiten sind sehr niederschwellig und leicht zu bedienen. Durch das Feedback der Kunden wissen wir, dass viele über Facebook auf unsere Lesungen aufmerksam werden.



Angela Magenheimer,
Facebook-Verantwortliche

Mag. Sibylle Hamtil: Ja, wir nutzen die Social Media für unsere Veranstaltungsorganisation, ihr Umgang ist natürlich zu lernen. So muss etwa mit den Responses der Angesprochenen anders umgegangen werden als beispielsweise mit Antworten per Telefon oder Mail, aber die Reichweite und Effizienz von Mitteilungen und Einladungen via Social Media ist nicht zu überbieten.

Helmut Zechner: Ja.

Promoten Sie dort auch einzelne Titel? Wenn ja, wie?

Stefan Mödritscher: Sehr gerne nutzen wir Facebook – dank der Beteiligung von Verlagen – für Test- oder Vorableser-Aktionen (meist aus der Leseexemplar-Auflage).

VERTRETERWECHSEL

Für die Verlage Annette Betz und Ueberreuter sowie Carl Ueberreuter und Lappan besucht Sie in Österreich ab 1. Mai 2014 das Team der G&G Verlagsgesellschaft mbH:

Wolfgang Panzenböck

Burgenland, Kärnten, Wien, Niederösterreich, Steiermark

Tel. +43/1/494 96 99-0
Mobil +43/676/408 61 54
Fax +43/1/494 96 99-420
Mail: wolfgang.panzenboeck@ggverlag.at

Claudia Grüneis-Lembourne

Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg, Südtirol

Mobil 0699/11594172
Fax: +43/732/73 77 57
Mail: c.grueneis@aon.at

Wir bedanken uns beim Team der VBMV, Thomas Bielohaubek, Erich Neuhold und Wilhelm Platzer, sehr herzlich für den Einsatz!

annette betz

ueberreuter

LAPPAN

Auffällige Nennungen

Hier finden Sie jene Titel, die es aufgrund der Auswertung knapp nicht geschafft haben, auf die Bestsellerlisten zu kommen, jedoch erwähnenswert sind.

Erhebungszeitraum:
16. 3.–15. 4. 2014

Ehrlich, Bauer
Der Wiener Kongress
AMALTHEA

Laher
Bitter
WALLSTEIN

Tartt
Der Distelfink
GOLDMANN

Gundar-Goshen
Eine Nacht, Markowitz
KEIN & ABER

Busek, Pelinka
Unsere Zeit. Vorwärts gedacht. Rückwärts verstanden
GALILA

Förster, Loring
Der moderne Spießer
TROPEN

Klemm
Herzmilch
DROSCHL

Camilleri
Die Revolution des Mondes
NAGEL & KIMCHE

Altmann
Verdammtes Land
PIPER

Abdel-Samad
Der islamische Faschismus
DROEMER

Sloan | Die sonderbare Buchhandlung des Mr. Penumbra
BLESSING

Hachmeister
Heidegers Testament
PROPYLÄEN

Angela Magenheimer: Die Kollegen der einzelnen Abteilungen liefern die Buchhändlertipps – wir verlinken dann mit einer kleinen Besprechung zur Thalia.at-Homepage. Während des „Shades of Grey“-Booms haben wir auf unserer Facebookseite zum Beispiel den „Dirty Donnerstag“ eingeführt und entsprechende Lesetipps gegeben – das kam bei unserer Facebookgemeinde gut an. Wir fragen aber unsere Facebookfans auch ab und an, welche Sparten sie speziell interessieren – und präsentieren dazu dann exklusive Buchhändlertipps.



Mag. Sibylle Hamtil,
Kooperationen & Veranstaltungen

Mag. Sibylle Hamtil: Die reine Information über Social Media, dass ein neues Buch erschienen ist, ist zu wenig. Wir informieren über Drumherum, Autoren, Veranstaltungen, aber teilweise auch über das Entstehen der Bücher.

Helmut Zechner: Ja, persönliche Empfehlungen und Themenkanäle.

Welche Kanäle nutzen Sie? Wie sind Sie dort vertreten?

Stefan Mödritscher: Wir haben drei Facebook-Seiten: Morawa und Leykam, sowie „Morawa-Zwischenwelten“ – als Sonderseite für die Ziegruppe Fantasy, Comic, Manga, Science Fiction und AllAge.

Angela Magenheimer: Unsere Filiale ist auf Facebook vertreten. Thalia Österreich ist neben Facebook auch auf Twitter und Youtube zu finden.

Mag. Sibylle Hamtil: Wir nutzen hauptsächlich Facebook, teilweise Twitter.

Helmut Zechner: Facebook und Twitter.

Forcieren Sie auch Gewinnspiele etc.?

Stefan Mödritscher: Gewinnspiele, Verlosungen führen wir laufend durch (Bücher, Buchpakete, Gutscheine usw.) – meist mit der Verknüpfung auf unsere Homepage, wo das Gewinnspiel auf Sonderseiten stattfindet.

Angela Magenheimer: Ja, und auch sehr gerne. Viele Gewinnspiele werden gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern abgehalten.

Mag. Sibylle Hamtil: Ja, das ist eine der interessantesten Nutzungsmöglichkeiten der Social Media, weil sie das Involvement, das aktive Zutun des Leserkreises fördern.

Helmut Zechner: Ja.

Rentiert es sich, in Social Media zu investieren?



Mag. Tanja Raich,
Veranstaltungen und Marketing

Mag. Tanja Raich/Kremayr & Scheriau: Wir sind sehr aktiv auf Facebook und Twitter und die Frage, ob es sich (rein ökonomisch) rentiert, ist die falsche. Social Media – ob nun Twitter, Facebook oder andere Plattformen – bieten uns als Verlag die Möglichkeit, mit den Lesern direkt in Kontakt zu treten und sind damit ein wichtiger Zusatzkanal. Dabei geht es na-

türlich auch um klassische Informationsübermittlung: Ankündigung von Neuerscheinungen und Veranstaltungen. Viel wichtiger ist aber: Social Media ermöglichen uns, die Leser miteinzubeziehen, Diskussionen zu unseren Büchern anzuregen, Meinungen zu uns wichtigen Themen einzuholen. Das Um und Auf ist allerdings: Weg von klassischer Werbung, hin zu Unterhaltung und interessanten Informationen, die mehr bieten als: Titel xy ab morgen im Buchhandel! Social Media sollen nämlich ein Mehrwert sein. Nur so „rentiert“ sich ein Auftritt und nur so kann man seine und neue Leser erreichen.

Personelle Veränderungen in der Fachgruppe Wien



Stefan Kahrer wird sich nach zwölf Jahren Tätigkeit in der Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer Wien beruflich verändern. Jutta Schwingenschlögl übernimmt mit Anfang Mai seine Aufgaben in der Fachgruppe und steht für alle berufsbezogenen Fragen zur Verfügung. In den letzten Jahren

konnte sie umfassende Erfahrung und Praxis in den Bereichen Buch, Medien, Veranstaltungen und Organisation in einem Wiener Verlagshaus sammeln.

In der Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft bereitet sie Sitzungen vor, organisiert Veranstaltungen und koordiniert Projekte. Sie informiert die Mitglieder der Fachgruppe ebenso via Newsletter und Rundschreiben „news & facts“ über aktuelle Branchenthemen.

Buy local-Buchhandels-Inserate im Wiener Bezirksblatt

Am 14. April sind die ersten – von Werner Brunner initiierten und von der Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft Wien geförderten – Inserate im Wiener Bezirksblatt erschienen. Als Informationsschnittstelle fungiert das Verlagsbüro Schwarzer. Die Inseratschaltung zu ermäßigten Konditionen läuft noch bis Anfang Juni. In den Ausgaben vom 12. Mai, 26. Mai und 10. Juni sind noch Buchungen möglich. Die Druckunterlagen werden mindestens eine Woche vorher benötigt. Interessenten wenden sich an Sonja Überhuber, Tel. 01/548 13 15-12, E-Mail sonja.ueberhuber@schwarzer.at. Sie berät auch gerne bei der Foto- und Textauswahl!

Nicht nur an Buchhändlern –
**die größte Auswahl
in Wien**

Buchhandlung Morawa
Wallgasse 11, Wien 1
Tel. 01/512 7 913-400
www.morawa-buch.at

**READ GLOBAL
BUY LOCAL**

22 von 50 MitarbeiterInnen
der Buchhandlung Morawa

WKOLB
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Buch- & Medienwirtschaft

**10.000
Hörbücher
und Hörspiele
im Regal**

AUSGANG
Kaiserstraße 70, 1070 Wien
Tel. 01 49 900 3190
www.austromus.at

**READ GLOBAL
BUY LOCAL**

Günter Reibak
Hörbuchhändler

WKOLB
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Buch- & Medienwirtschaft

**120
www.kochrezepte.at
Originalrezepte**

von € 10,- ab
€ 7,99

BUCHHANDLUNG
SCHÖTTERER
1020 Wien, Schottengasse 8
Tel. 01/512 81 91, Fax 01/512 91 91
www.schoetterer.at
kontakt@schoetterer.at

**READ GLOBAL
BUY LOCAL**

WKOLB
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN
Buch- & Medienwirtschaft

Auffällige Regionalia

Hier werden regionale Titel genannt, die vom Buchhandel als besonders gut verkauft gemeldet wurden bzw. der Redaktion aufgefallen sind.

Erhebungszeitraum:
16. 3.–15. 4. 2014

Ahomer
Wiener Wörterbuch
UEBERREUTER

Bousska
Wien 1914
SUTTON

Kolm u. a.
Mein Waldviertel
PICHLER

Kühn u. a. (Hg.)
Mein Waldviertel
LITERATUREDITION NÖ

Kuprian (Hg.)
Katastrophenjahre
WAGNER INNSBRUCK

Lukenender
Abenteuer Dolomiten
SEIFERT

Molden
Wien Mitte
ZSOLNAY

Niederstätter
Vorarlberg im Mittelalter
WAGNER INNSBRUCK

Preyer
Mörderseele
GMEINER

Revedin
Frau hinter Hecken
STYRIA PREMIUM

Stadtbekannt.at
Vegan in Wien
HOLZBAUM

Wild
Schwarze Nebel, weiße Hände
EDITION KEIPER

Titel, die in den letzten Monaten am häufigsten auf einem der ersten 10 Plätze der Schwarzer-Bestsellerlisten vertreten waren und deren letzte Platzierung nicht länger als 3 Monate zurückliegt.

11 x 4/2013–3/2014
Ware | 5 Dinge, die Sterbende am meisten bereuen
ARKANA

7 x 7/2013–1/2014
Taschner
Die Zahl, die aus der Kälte kam
ECOWIN

6 x 9/2013–2/2014
Glavinic
Das größere Wunder
HANSER

5 x 12/2013–4/2014
Jonasson | Die Analphabetin, die rechnen konnte
CARL'S BOOKS

5 x 11/2013–3/2014
Salcher | Erkenne dich selbst und erschrick nicht
ECOWIN

5 x 10/2013–2/2014
Hosseini
Traumsammler
S. FISCHER

5 x 9/2013–1/2014
Kehlmann
F
ROWOHLT

4 x 12/2013–3/2014
Düringer, Arvay
Leb wohl, Schlaraffenland
EDITION A

4 x 10/2013–1/2014
Fraberger
Ohne Leib, mit Seele
ECOWIN

3 x 2/2014–4/2014
Langbein
Weißbuch Heilung
ECOWIN

Richtungsweisender Schulterschluss für Schulbücher

Nachdem M-MEDIA unter der Geschäftsführung von simon INOU sich dem Thema „Migration(en) im Schulbuch“ angenommen und die Online Kampagne www.facebook.com/SchulbuecherOsterreich als Fortsetzung und Ergänzung zur Forschungsarbeit von Christa Markom, Heidi Weinhäupl und Christiane Hintermann ins Leben gerufen hatte, kam es zu einem richtungsweisenden Treffen mit den Vertretern des Fachverbands der Buch- und Medienwirtschaft in der Wirtschaftskammer.



Verlegervertreter Georg Glöckler (li), Fachverbandsobmann-Stv.: „Es ist der Urzweck der Schulbuchaktion, Diskriminierungen beim Zugang zum Wissen zu beseitigen, Chancengleichheit herzustellen und auf Dauer zu garantieren, damit Österreichs Kinder alle gleichermaßen in den Genuss von Bildung gelangen können. Umso mehr ist es den Schulbuchverlagen ein Anliegen, dass auch ihre Schulbücher keine Inhalte aufweisen, die diskriminierend sind!“ Um allfällig auftretende Vorfälle zu beheben, bedarf es eines gemeinsamen Diskurses.

Ziel aller Beteiligten ist es, hier weiterzukommen und proaktive rasche Lösungen zu finden. Das M-MEDIA Projektteam betonte in den Gesprächen, dass es nicht nur um Migration in Schulbüchern ginge. „Es sind die sechs Kernbereiche von Diversität, die es zu thematisieren gilt: Ethnische Zugehörigkeit, Gender, Alter, Behinderung, Weltanschauung und sexuelle Orientierung. Durch unsere Zusammenarbeit unterstützen wir die Verlage in ihren Bemühungen die österreichischen Schulbücher nach den Anforderungen der modernen Zeit zu entwickeln.“ „Aktuellen Vorkommnissen zufolge gilt es rasch zu klären, wie man entsprechend Vorsorge treffen kann, damit alte Unterrichtsmittel nicht versehentlich zur Verwendung kommen“, so Fach-



verbandsobmann Prof. KR Michael Kernstock (re). „Hier meine ich vor allem die Schul- und Lesebücher, die in den so genannten ‚Laden‘ der Schulen ihr Dasein fristen und auf ihre jährliche Wiederverwendung warten.“ simon INOU (li) besiegelte den Schulterschluss, indem er Frederick Douglass frei zitierte, „It is easier to build strong pupils than to repair broken adults!“



Welttag des Buches: Autorenbegegnung und Verteilaktion



UNESCO
Welttag
des Buches

Die Fachgruppe Buch- und Medienwirtschaft der Wirtschaftskammer Wien lud zur Autorenbegegnung ins Alte Rathaus. Christine Nöstlinger, Claudia Rossbacher, Friedrich Orter und Kurt Pal erzählten über ihre Liebe zum Buch und ihre neuesten Werke. Außerdem wurden bei der Veranstaltung selbst, am Schwedenplatz und in vielen Wiener Buchhandlungen rund 6.000 Notizbüchlein *Schreib was! Lies was!* verteilt. Ein Nachbericht erscheint im nächsten Sortimenter-Brief.