

BÜCHERBON JOURNAL

Marco erklärt
das Tessin



Inhalt

Editorial

Seite 2

**Kurz-
geschichten**

Seite 3

Drehmoment

Seite 4

42 Fragen

Seite 5

**Lesen statt
scrollen**

Seite 6

**Räume zu uns
selbst**

Seite 7

**Schnell, sicher,
einfach**

Seite 10

**Vision auf allen
Kanälen**

Seite 11

Das Beste

Seite 12



Drehscheibe:
Andrea Kalt
und Noémie
Hieber bringen
in jedem Fall
das Glück zu
Besuchern und
Besucherinnen
von Festivals.

Seite 4



Service: Mit
Print@home
kann man
Bücherbons
im Webshop
kaufen und
direkt bei sich
zu Hause
ausdrucken.

Seite 10

GRÜEZI



Liebe Kolleginnen und Kollegen

Im Schwerpunkt dieser Ausgabe begeben wir uns ins Tessin. Marco Ambrosino hat die italienische Schweiz bereist, um sich eine Buchhandelsrealität aus nächster Nähe anzusehen, die ich gut kenne. Das Tessin wird oft als Sonnenstube der Schweiz bezeichnet, als Land der Ferien und der Palmen. Aber hinter dem touristischen Image verbirgt sich eine lebendige Buchhandelswelt, die von täglichen Beziehungen, mutigen Entscheidungen und grosser Leidenschaft geprägt ist.

Es lohnt sich, auf zwei grundlegende Merkmale unseres Marktes hinzuweisen: Es gibt nur wenige Tessiner Verlage, und ein Grossteil des Buchangebots stammt aus Italien. Dies wirkt sich aus auf das Sortiment, die Handelsdynamik und die Lesegewohnheiten und schafft eine andere Gesamtsituation als in der Deutschschweiz oder in der Romandie.

Ausserdem arbeiten wir hier ausschliesslich in unabhängigen Buchhandlungen: Es gibt weder grosse Läden noch Handelsketten, sondern kleine bis mittelgrosse Unternehmen, oft eher klein als mittelgross.

Diese Unterschiede trennen uns nicht vom Rest der Schweiz. Im Gegenteil: Was uns verbindet, ist die gleiche Leidenschaft für Bücher, für die Beratung der Leserinnen und Leser und für den Beitrag unserer Buchhandlungen zur Kultur im Land.

Und genau auf dieser gemeinsamen Leidenschaft basiert die Stärke des Schweizer Bücherbons: Ein Instrument, das die Sprachregionen verbindet, unabhängige Buchhandlungen unterstützt und konkret Leserinnen und Leser in unsere Läden bringt.

Den Bücherbon bekannt zu machen, zu fördern und täglich zu nutzen, ist eine gemeinsame Aufgabe, die die gesamte Branche stärkt und die zur Zukunft des Buches in der Schweiz beiträgt.

Viel Spass beim Lesen und viel Erfolg bei der Arbeit!

**Prisca Wirz Costantini, Verwaltungsrätin
Genossenschaft Schweizer Bücherbon**

Impressum

Herausgeber
Schweizer Bücherbon
6371 Stans

Redaktion
Christian Hug
Loïc von Matt

Texte
Christian Hug
Marco Ambrosino

Mitarbeit bei dieser Ausgabe
Prisca Wirz Costantini

Konzept
Von Vorteil GmbH

Gestaltung
syn für Gestaltung und
Kommunikation, Stans

Korrektur
Agi Flury, Anne Dürr
Prisca Wirz Costantini

Übersetzung
Francesca Baranzini
Véronique de la Motte

Bilder
© bei den Fotografen

Druck
Druckerei Odermatt, Dallenwil

Auflage
700 Exemplare

Printed in Switzerland
© 2026 Schweizer Bücherbon

Online
buchbon.ch

**Folgen Sie uns
auf Social Media**
@buchbon
#buchbon

KURZGESCHICHTEN

Endlich Hauptsponsor



Immer schön:
Veranstaltung im
Museumspark
an den Solothurner
Literaturtagen
Bild: fotomtina



Die Solothurner Literaturtage sind das grösste mehrsprachige Literaturfestival der Schweiz – und wohl das renommierteste. Umso schöner ist die Freude darüber, dass

die Genossenschaft Schweizer Bücherbon ab diesem Jahr gemeinsam mit der örtlichen Buchhandlung Lüthy Hauptsponsor des Festivals ist. Das ist Win-win-win für alle.

Julia spricht

«Ich bin Julia Muff aus Neuenkirch und arbeite seit September 2025 beim Schweizer Bücherbon. Mittendrin in Geschichten, verantworte ich digitale Kommunikation, Kampagnen und Brandmedien. Kurz gesagt: alles, was hilft, die Idee des Schweizer Bücherbons sichtbarer zu machen. Was mich antreibt, ist genau diese Idee: Menschen über Bücher verbinden, Lesemomente schenken, die Vielfalt der Schweizer Buchlandschaft stärken. Der Bücherbon darf mehr sein als ein Gut-schein: ein Symbol für mehr Zeit, für mehr Bewusstsein und für all die Geschichten, die noch entdeckt werden wollen. Dieses Gefühl liegt



Julia Muff,
Social-Media-Beauftragte

mir sehr am Herzen. Ich freue mich sehr, dazu beizutragen, den Bücherbon bekannter zu machen und seine Vielfalt dorthin zu tragen, wo sie gesehen wird.»

Lesen fördern

SIKJM – ein Akronym wie ein Zungenbrecher! Es steht für Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien in Zürich. Dieses hat sich einer einzigen Aufgabe verschrieben, nämlich Kinder und Jugendliche für das Lesen zu begeistern. Aus der Sicht des Buchhandels könnte man auch sagen: frühe Kunden-

bindung. Der Höhepunkt des SIKJM-Jahres ist der Schweizer Vorlesetag, dieses Jahr am 27. Mai – haben Sie schon etwas organisiert für Ihre Buchhandlung? Der Schweizer Bücherbon unterstützt die schweizweite Leseförderung mit 10'000 Franken in Bücherbons.



Im Jahr 2024 las der Schauspieler Dimitri Stapfer an der Schule für Kinder und Jugendliche mit Körper- und Mehrfachbehinderungen (Zürich) vor.
Bild: SIKJM/Goran Basic

Social Media like Vali



Sorgt für Klicks
beim Bücherbon:
Valentina Gallo.

Mit viel Humor und einem natürlichen Zugang zu Storytelling ist die Langenthalerin Valentina «Vali» Gallo neu als Kooperationspartnerin des

Schweizer Bücherbons auf Instagram und TikTok aktiv. Vali ist den Bücherbons ehrlich verbunden: Sie verschenkt auch selbst welche.

Diese Nähe prägt ihre Inhalte. Bücher tauchen bei ihr selbstverständlich auf, mit Humor und Leichtigkeit und ohne grosse Inszenierung. Genau das macht die Zusammenarbeit glaubwürdig.

Warum geht der Bücherbon solche Kooperationen ein? Weil Aufmerksamkeit heute auch dort entsteht, wo Menschen ihren Alltag teilen: auf Social Media. So wächst die Reichweite, neue Zielgruppen kommen hinzu und die Bekanntheit entwickelt sich auf eine Weise, die zur Marke passt.

133'704

Papier-Bücherbons wurden 2025 gekauft.
Aneinandergereiht ergibt das
ein Band von über 20 Kilometern Länge.

Bücherbon-Glücksrad

DER SCHÖNSTE DREHMOMENT

Die ersten Einsätze waren mehr als erfolgreich, jetzt geht es auf Tour mit dem Rad, das alle glücklich macht. Das Schönste: Buchhandlungen können das Wunderding gratis für ihren eigenen Event ausleihen.

«Mais oui», sagte «Mister Bücherbon» Martin von Matt jedesmal mit einem strahlenden Lächeln in astreinem Französisch, «Sie haben trotzdem gewonnen, nämlich einen Blumenstrauss für später» – und überreichte der glücklichen Nicht-Gewinne-

Neues ausprobieren», sagt der jetzige Bücherbon-Geschäftsführer Loïc von Matt, «und die Leute standen Schlange, um am Rad zu drehen.»

Nach dem erfolgreichen Auftritt in Morges war den beiden von Matts glasklar:

Kaum war das Rad erfunden, kamen Anfragen von Buchhandlungen.

rin beziehungsweise dem glücklichen Nicht-Gewinner jeweils ein Blumensamenpapier als Trostpreis.

Der Anlass damals: das Bücherfestival «Le livre sur les quais» im September 2024 in Morges am wunderschönen Lac Léman. Zum ersten Mal nahm die Genossenschaft Schweizer Bücherbon an diesem literarischen Grossereignis teil mit einem eigenen Stand – beziehungsweise mit besagtem Glücksrad. Auch das Drehinstrument selbst war zum allerersten Mal im Einsatz. «Wir wollten etwas

«Das Glücksrad ist eine gute Sache, das wollten wir weiterverfolgen», wie Loïc sagt. Seither gilt: Alle drehen gern am Bücherbon-Glücksrad, und alle gehören so oder so zu den Gewinnern – genauso, wie die Bücherbons selber immer ein Gewinn sind für diejenigen, die sie erhalten. Und ja: Die Bücherbon-Crew ist von Natur aus freundlich.

Heute würden Buchhalter und Wirtschaftslenker sagen: Das Jahr 2025 war für das Bücherbon-Glücksrad eine Phase der Konsolidierung und der Expansion. Will heissen:

Kaum war das Rad erfunden, kamen Anfragen von Buchhandlungen, ob man das denn auch ausleihen könne. Klar kann man. Wir haben jeweils alles per Post geschickt – mit samt einer stattlichen Anzahl Bücherbons als Sponsoringbeitrag, die Buchhandlungen haben gefeiert und das Rad zurückgeschickt.

Die stetig steigende Nachfrage ermutigte die Chefetage beim Bücherbon, das Glücksrad zu einem vollwertigen Werbe- und Promotionsinstrument auszubauen: mit flankierenden Roll-ups und mehr

verschiedenen Trostpreisen (die praktische Leinen-Tasche, Info-Flyer und noch viel mehr Sugus). Und schliesslich kam das feste Personal dazu, zumindest für jene Einsätze, die der Bücherbon in seinem Namen an Literaturfestivals vorhat: Die Zürcher Studentin Noémie Hieber, die ebenfalls in Zürich wohnende Studentin Céline Chatelaine und die Buochser Lehrerin Andrea Kalt sind bereits für den Pool rekrutiert, die drei sind engagierte, lesebegeisterte junge

Frauen. In knallgelben Bücherbon-Hoodies und ebensolchen T-Shirts werden sie jeweils zu zweit im Einsatz stehen und Bücherbon-Begeisterung vermitteln. Zurzeit werden weitere Teams für Einsätze in der italienischen Schweiz und in der Romandie zusammengestellt. Geplant sind Besuche an den Literaturfestivals in Chiasso, Locarno, Solothurn, Thalwil, St. Gallen, Zofingen und natürlich in Morges – weitere werden dazukommen. Wir freuen uns.



Prachtswetter, Prachtsfestival: Martin von Matt am «Livre sur les quais» in Morges, die Besucherinnen und Besucher stehen Schlange.



Hauptgewinn: Loïc von Matt packt den Bücherbon für die glückliche Gewinnerin grad in ein Couvert.



Glückstreffer: Andrea Kalt (links) und Noémie Hieber betreuten den Bücherbon-Auftritt am letzten «Zürich liest».



Und hier nochmal in Kürze für alle Buchhändlerinnen und Buchhändler:

- Sie können gerne das Bücherbon-Glücksrad für Ihren eigenen Event ausleihen.
- Wir erheben keine Ausleihgebühr.
- Wir schicken das Rad und alles Zubehör per Post – Sie schicken uns dann alles per Post zurück.
- Sie sorgen selber für Personal.
- Das Beste: Wir sponsern darüber hinaus Bücherbons im Wert von 150 Franken – Sie besorgen alle anderen Preise.

Viel Spass!

42 FRAGEN ZUM GLÜCK

Fragen, die Buchhändlerinnen gestellt werden. Und Fragen, auf die Buchhändler zwar Antworten haben, die aber nie gestellt werden. Finden Sie hier Ihre eigenen Antworten. Die beste gewinnt das Glück sogar in Keksen.



Das Leben ist wie ein Keks in Goldfolie – oder so ähnlich: 42 solche Glückskekse sind der Preis für die beste Antwort.

1. Haben Sie das Buch, das gestern im Fernsehen war?
2. Warum haben Sie den Knigge nicht in Ihrem Laden?
3. Warum führen Sie keine Klassiker?
4. Haben Sie offenen Weissen?
5. Wie viele Wörter sind in Ihrem Laden?
6. Können Sie mir ein Buch empfehlen für jemanden der gar nicht liest?
7. **Wann ist Feierabend?**
«Wenn ich mit einem überraschend guten Buch am Meer oder in den Bergen herumhänge und der Chinderbuechlade in weiter Ferne ist.»
Ruth Baeriswyl, Co-Inhaberin Chinderbuechlade, Bern
8. Wie oft loben Sie ein Buch, das Sie selber nicht gelesen haben?
9. Wie viele Bücher können Sie stemmen?
10. Welcher Autor/welche Autorin wären Sie gerne selber gewesen?
11. Welcher Autor/welche Autorin sollte aufhören zu schreiben?
12. Welchen Autor/welche Autorin würden Sie heiraten?
13. Findet mich das Glück?
Danke, Fischli/Weiss
14. Haben Sie einen Lieblingsbuchstaben?
15. Welches Buch verkaufen Sie nur widerwillig?
16. Ist der Chef da?
17. Welches Buch entspricht Ihrer Montagsstimmung?
18. Was trinken Sie, wenn Sie lesen?
19. Ist Lesen Arbeit?
20. Tiken Sie noch – oder Token Sie schon?
21. Wie sieht Ihre Buchhandlung in 20 Jahren aus?
22. Welches ist das lustigste Buch in Ihrem Laden?
23. Sehen Sie Ihren Kunden an, welches Buch sie kaufen werden?
24. Kann man bei Ihnen mit € bezahlen? (Preis auf dem Buch ist in € tiefer.)
25. Erkennen Sie Kunden, die Bücher für sich kaufen, die sie nie lesen werden?
26. Und was machen Sie beruflich?
Danke, Rolf Dobelli
27. Wie muss ein Lesesofa beschaffen sein?
28. Bedienen Sie lieber Vielleser oder Nichtleser?
29. Welches Buch verkaufen Sie am häufigsten unter dem Ladentisch?
30. Vor drei Monaten lag da ein Buch... (zeigt mit dem Finger auf eine Ablage). Haben Sie das noch?
31. Hat Ihnen schon mal jemand ein Buch geschenkt?
32. Kaufen Sie Bücher für sich selber?
33. Wenn die gute Fee kommt: Was wünschen Sie sich?
34. Hat Gott Humor?
35. Was nützt Ihnen KI?
36. Was ist Literatur? Danke, Jean-Paul Sartre
37. **Was haben Sie heute gelernt?**
«Heute habe ich gelernt: Es beruhigt, zu wissen, dass man sich auf seine Kolleginnen verlassen kann!»
Silvio Kohler, Geschäftsleiter Hirschmatt-Buchhandlung, Luzern
38. Als Sie heute morgen aufgestanden sind: Haben Sie sich da auf Ihren Arbeitstag gefreut?
39. Was tun Sie, wenn Sie ein Buch fertiggelesen haben?
40. Scrollen Sie noch oder lesen Sie schon?
41. Sind öffentliche Bücherschränke eine gute Idee?
42. Noch Fragen?

Schicken Sie uns Ihre Lieblings-Antwort auf einer Postkarte Ihrer Wahl. Unter allen eingegangenen Antworten verlosen wir 1 x 42 Glückskekse.

Genossenschaft Schweizer Bücherbon
Fragen zum Glück
Postfach 246, 6371 Stans

Zurück zum Realen

SCROLLST DU NOCH ODER LIEST DU SCHON?



Wie wir uns das rote Auto auf Seite 270 merken: Bücher sind dreidimensional. Das ist gut für unser Hirn.
Illustration: Diego Balli

Die negativen Auswirkungen digitaler Medien auf unsere Gesellschaft machen das echte Buch wieder sexy: Das ist eine Chance für den Buchhandel. Genau darauf bezieht sich die neue Message des Schweizer Bücherbons.

Lesen statt scrollen, zurück zur Haptik und zum Realen: Leserinnen und Leser entdecken das Buch neu als Alternative zum flimmernden Bildschirm. Diese für den Buchhandel sehr erfreuliche Entwicklung hat zwei Hauptgründe: Der eine hat mit der biologischen Evolution zu tun, der andere mit dem sozialen Zusammenleben.

Punkt eins: vertikal und horizontal. Die amerikanische Neurowissenschaftlerin und Leseforscherin Maryanne Wolf erklärt, dass sich unser Hirn in Laufe von Millionen Jahren Evolution vernetzt entwickelt hat. Das heisst: Damit wir uns in unserer Umwelt zurechtfinden und die Geschehnisse um uns herum verstehen können, verbindet unser Hirn verschiedene Hirnregionen miteinander. Wolf spricht von Schaltkreisen: motorische Fähigkeiten, Sprache, das Sehen, das Tasten und so weiter. Mehrere dieser Schaltkreise müssen miteinander verbunden sein und gemeinsam «arbeiten», damit eine Gesamtwahrnehmung entsteht und wir

richtig handeln können. Einer der wichtigsten Schaltkreise ist die Räumlichkeit, die dreidimensionale Wahrnehmung.

Vor etwa 6000 Jahren, sagt Wolf, sei der Schaltkreis «Lesen» beziehungsweise die geschriebene Sprache hinzugekommen. Dieser Schaltkreis sei inzwischen bestens mit anderen Schaltkreisen vernetzt – insbesondere mit dem Schaltkreis «räumliches Empfinden». Ein Beispiel: Wenn wir einen 300-seitigen Roman lesen und, sagen wir: das rote Auto kommt auf Seite 270 wieder ins Spiel, dann weiss unser Hirn, dass das rote Auto ungefähr am Ende des ersten Drittels des Buches zum ersten Mal erwähnt wurde. So schafft das Hirn dreidimensionale Zusammenhänge und kann am Ende die gesamte Story nachhaltig «ablegen»: Neurowissenschaftler nennen das «tiefes Lesen».

Beim Lesen auf Handys, Tablets und Computern hingegen läuft das anders. Denn hier ist der Bildschirm zweidimensional, ihm fehlt die Tiefe. Es gibt auch kein Umblättern, keinen Papiergeruch, keine Eselsohren. Das Hirn erinnert sich zwar auf Seite 270, dass vom roten Auto

schon mal die Rede war. Aber diese Information wird jetzt nicht mehr dreidimensional verortet, und folglich können wir uns später nicht mehr so genau an die ganze Geschichte erinnern, weil nicht mehr alle dazu notwendigen Schaltkreise bei der Verarbeitung des Gelesenen beteiligt sind.

Maryanne Wolf spricht von einer «horizontalen» Arbeitsweise des Gehirns.

Kommen wir zu Punkt zwei: die sozialen Medien. Beziehungsweise wie uns deren täglicher Konsum heillos überfordert. Jahrelang waren wir von den sozialen Medien und ihren neuen Möglichkeiten begeistert. Aber inzwischen lernen wir als Gesellschaft gerade, die Nachteile von «Social Media» in ihrer ganzen Tragweite zu erfassen.

Das permanente Scrollen kann zu einer verzerrten Wahrnehmung der Wirklichkeit, zu Depressionen und anderen Erkrankungen führen. Seit einiger Zeite stehen in vielen Staaten auf der ganzen Welt Massnahmen zur Diskussion, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken: Handyverbot an Schulen, Bildschirmzeitbeschränkung, Digital Detox, Social-Media-Verbot für Minderjährige, Fake-News-Erkennung, unter anderem.

Das Reale, das Physische gewinnt wieder an Wert – das gilt auch für Bücher.

Jetzt kommen die Bücher wieder ins Spiel und mit ihnen der Buchhandel: All die «Gegenmassnahmen» haben dazu geführt, dass das Pendel wieder zurückschwingt. Das Reale, das Physische gewinnt wieder an Wert – das ist seit einiger Zeit zum Beispiel bei Vinyl-Schallplatten offensichtlich, und das gilt nun merklich auch für Bücher. Der Boom von New-Adult-Büchern ist der augenfälligste Beweis dafür, dass echte Bücher bei «den Jungen» wieder gefragt sind (auch wenn die Booktoker ihre Fangemeinde via TikTok ansprechen). Das echte Buch ist wieder gefragt. Neuere Forschungen zeigen

sogar: Wer viel in Büchern liest, lebt länger. Wer liest, hat weniger Stress. Lesen stärkt die Seele – das sagte schon Voltaire.

Der Bücherboom eröffnet den Buchhändlerinnen und Buchhändlern neue Chancen, ihren Umsatz anzukurbeln. Jetzt sind originelle Ideen gefragt, die auch über die Buchhandlung hinaus gehen. Gute Ideen helfen jetzt weiter. Aktionen, die auf tiefes Lesen und Hirnvernebelung hinweisen und das Buch als Lösung preisen.

Der Bücherbon geht mit gutem Beispiel voraus mit der diesjährigen Message an die wunderbare Welt der geschriebenen Worte: Scrollst du noch oder liest du schon? Oder noch kürzer: Lesen statt scrollen. Das können Sie gerne in Ihrer Buchhandlung übernehmen.



Unser Autor
Marco Ambrosino
trifft auf seiner
Tessin-Reise
Luana Albertini.

RÄUME, IN DENEN WIR ZU UNS SELBST FINDEN

Viel mehr als andernorts sind Buchhandlungen im Tessin auch wichtige Treffpunkte, wo die italienisch sprechenden Schweizerinnen und Schweizer ihre eigene Identität finden. Alesi-Sekretär Marco Ambrosino hat sich auf den Weg gemacht und vor Ort nachgefragt.

«Die wahre Entdeckungsreise besteht nicht darin, neue Landschaften zu suchen, sondern sie aus neuen Perspektiven zu sehen.»

Dieses Zitat des französischen Romanciers Marcel Proust ist über hundert Jahre alt, aber es scheint nie zu altern. Denn zumindest für mich gilt es bis heute: Genau wie Proust komme ich mir vor, wenn ich, ein wenig benommen von meinen Gedanken und Sorgen, eine Buchhandlung betrete, ohne bestimmtes Ziel die Regale durchstöbere und sie dann – oft mit einem leichteren Geldbeutel – wieder verlasse. Dann fühle ich mich regeneriert und in meinem Wesen gestärkt. Als hätte ich eine lange Reise unternommen, ohne mich von der Stelle zu bewegen, und nun sehe ich die Welt mit anderen Augen, vielleicht sogar mit denen von Proust – das wäre schön!

Aber halt, jetzt war ich ein bisschen zu schnell... die Leidenschaft spielt mir manchmal solche Streiche. Spulen wir also das Band zurück: Ich bin Marco Ambrosino und seit fast drei Jahren Sekretär von Alesi, dem Verband, der die Interessen der Verlage und Buchhändlerinnen und Buchhändler in der italienischen Schweiz vertritt. Das Tessin – ein Sommerpilgerziel für Touristen. Aber auch ein Kanton mit bezaubernden Landschaften, und ja, auch ein Kulturraum mit einer bedeutenden literarischen Tradition. Und ein Kanton mit Verlegern und Buchhändlerinnen und Buchhändlern, die sich persönlich für das Wohl der Bücher und die schöne italienische Sprache einsetzen. Genau das wollen wir uns näher ansehen.

Bevor ich zur Entdeckung neuer Landschaften aufbrach, habe ich mich gefragt, welche neuen Perspektiven meinen Blick am meisten schärfen. Welche Merkmale unserer Region sind für die Nicht-Tessiner Mitglieder des Schweizer Bücherbons besonders hervorzuheben? Was unterscheidet die italienische Schweiz wirklich von den anderen Regionen des Landes?

Mir wurde schnell klar, dass die Beschreibung des Alltags im Tessiner Buchhandel vielmehr ein Mosaik denn ein Porträt wird, denn unsere kleine Welt ist sehr vielfältig, aber wenig homogen.

Was unterscheidet die italienische Schweiz wirklich von den anderen Regionen des Landes?

Man könnte sogar sagen: Das Tessin ist wie eine Buchhandlung: ein Raum, in dem man in ganz unterschiedliche Richtungen reisen kann, ohne ein bestimmtes Ziel zu haben, und doch immer etwas findet, das uns anspricht, das wir als unser Eigen empfinden. Ich entschloss mich zu einer Reise zu vier Buchhandlungen: im Süden Al Ponte in Mendrisio und Il Segnalibro in Lugano, nördlich des Monte Ceneri (eine echte geografische und kulturelle «Wasserscheide» im Kanton Tessin) die Cartoleria und Libreria Lulibri in Grono. Letztere gehört zwar zum Kanton Graubünden, ist aber italienischsprachig. Und schliesslich kurz vor dem Gotthard die Buchhandlung Ecolibro in Biasca. Los geht's!

Erster Halt: Mitten in Mendrisio, Libreria Al Ponte. Eine Buchhandlung als Treffpunkt für Familien, in der man sich ein bisschen wie zu Hause fühlt. Hier sind die Kundinnen und Kunden auch Freundinnen und Freunde. Sie kommen nicht nur hierher, um Bücher zu kaufen, sondern um Gleichgesinnte zu treffen und sich auszutauschen, im buchstäblich familiären



Antonella Janett: Die Libreria Al Ponte in Mendrisio erstreckt sich über mehrere Etagen, und die Inhaberin führt uns mit der ihr eigenen Begeisterung durch den Laden. In dieser Buchhandlung finden wir nicht nur Belletristik, sondern auch Kochbücher, Science-Fiction, Comics und sogar Bücher für die Kleinsten – eine echte Brücke zwischen den Generationen und den Geschmäckern.

Rahmen. So führt Inhaberin Antonella Janett jedenfalls ihren Laden und die drei Mitarbeitenden. Sie sagt schon fast poetisch: «Ich möchte, dass meine Buchhandlung ein Ort der Begegnung ist zwischen Menschen und Büchern. Vor allem aber zwischen Menschen durch Bücher.» Dies gilt sowohl für Erwachsene, die hier oft einfach ein paar Momente dem Alltag entfliehen, als auch für Jugendliche, für die die Buchhandlung einen eigenen Bereich reserviert hat.

Noch weiter gefasst ist der «Einzugsbereich» bei der Buchhandlung und Papeterie Lulibri in der Gemeinde Grono, im Misox auf der San-Bernardino-Route gelegen und politisch dem Kanton Graubünden zugehörig. Lulibri ist die einzige Buchhandlung im italienischsprachigen Teil Graubündens und genau deshalb ein Treffpunkt für die gesamte Bevölkerung der Gegend. Inhaberin Luana Albertini sagt: «Kinder, Jugendliche und Erwachsene finden bei mir italienische Bücher, das ist für



Giorgia Schmid: Die Buchhandlung Ecolibro befindet sich im Herzen von Biasca. Sie ist klein und hübsch, und man kann sich leicht in dem Labyrinth der Angebote verlieren. Unter den vielen Angeboten fällt uns auf, dass Giorgia nicht nur Bücher, sondern auch Brettspiele, philosophische Kräutertees und viele andere Dinge anbietet, die Biasca zu einem Ort der Begegnung und der Unterhaltung machen.



Luana Albertini: Die Inhaberin der Buchhandlung und Papeterie Lulibri in Grono ist eine junge Buchhändlerin, die sich bereits gut in unserer Branche etabliert hat. Luana stellt uns freundlich ihr Geschäft vor, in dem sie einerseits die wichtigsten Neuerscheinungen der italienischsprachigen Verlagswelt präsentiert, andererseits aber auch Artikel aus dem Bereich Schreibwaren anbietet.

titätsstiftender Kulturgüter weit über das Buch hinaus: «Früher haben wir auch Schallplatten verkauft. Mit der Zeit habe ich Spiele und literarische Kräutertees in mein Sortiment aufgenommen. Das sind Produkte, die gut zum Lesen passen, und so kann die Buchhandlung eine Funktion erfüllen, die manchmal über die reine Bereitstellung von Büchern hinausgeht.» Aus Giorgias Worten geht klar hervor, dass der Beruf der Buchhändlerin – oder des Buchhändlers – wie jede Kunst seine eigene Ausprägung finden kann, seine eigene Art, sich mit der ihn umgebenden Realität auseinanderzusetzen, ohne einem vorgegebenen Weg folgen zu müssen.

«Schliesslich sind sie Angehörige eines Kantons, in dem Italienisch nicht die Hauptsprache ist.»

Luana Albertini

Wir lernen: Buchhandlungen im Tessin entwickeln sich immer mehr auch zu soziokulturellen und identitätsstiftenden Treffpunkten, insbesondere in den abgelegenen Tälern und in Anbetracht des Umstands, dass die Anzahl Buchhandlungen in den letzten Jahren und Jahrzehnten stetig weniger wurde.

Ein anderes Thema, das den Tessiner Buchhandel schon länger beschäftigt, ist die Entwicklung der digitalen Technik und der sozialen Medien – sowie die damit einhergehenden veränderten Ansprüche der Kundinnen und Kunden an die Buchhandlung ihres Vertrauens. Exemplarisch sehen wir das in der Buchhandlung Il Segnalibro, die 2002 im Stadtzentrum von Lugano eröffnet wurde. Mitinhaberin Prisca Wirz Costantini erklärt das so: «Mundpropaganda war früher in allen Branchen die beste Werbung. Aber in der heutigen Zeit reicht die alleine bei weitem nicht mehr aus. Seit der Gründung unserer Buchhandlung haben wir immer wieder grosse Anstrengungen unternommen, um mit den technologischen Innovationen Schritt zu halten: Wir hatten schon vor Corona eine Website mit einem Webshop eingerichtet. Das hat uns in der schwierigen Zeit der Lockdowns sehr geholfen, die Investition in die Website hat sich gelohnt. Inzwischen haben wir auch ein Facebook- und ein Instagram-Profil eingerichtet. Diese Accounts zu bespielen, erfordert viel zusätzliche Arbeit und einiges an Geld. Wir müssten von beidem mehr investieren, wenn wir die sozialen Medien richtig gut und effizient pflegen möchten.»

Umgekehrt haben sich die sozialen Medien auch zu einem guten Werbe-Instrument entwickelt. Insbesondere Booktoker auf TikTok und Instagram kurbeln die Umsätze wieder an und bringen junge Leserinnen und Leser auch physisch wieder in die Läden.

Was definitiv noch gesagt werden muss, und darin waren sich Prisca, Giorgia, Antonella und Luana in den Gesprächen einig: In der italienischen Schweiz sind die Förderung und der Schutz des Kulturgutes Buch oft wichtiger als die Rentabilität der einzelnen Bücher. Das gilt für die Schreibenden im Tessin genauso wie für den Buchhandel. Denn Kultur ermöglicht den Diskurs, dieser schafft Identität, und die ist gerade bei den italienisch sprechenden Schweizerinnen und Schweizern doppelt wichtig.



Prisca Wirz Costantini: Die Buchhandlung Il Segnalibro liegt an einer Hauptverkehrsader von Lugano. Schon beim Eintreten verspürt man den Wunsch, sich zum Lesen niederzulassen. Der Laden ist zwei Etagen gross und beherbergt im Parterre Werke aus der italienischen Schweiz, die wichtigsten Neuerscheinungen und ein ganzes Regal für die Adelphi-Verlage. Mitinhaberin Prisca erklärt, dass im oberen Stockwerk Bücher in Originalsprache und Reiseführer zu finden sind.

die Identität der Misoherinnen und Misoher sehr wichtig. Schliesslich sind sie Angehörige eines Kantons, in dem Italienisch nicht die Hauptsprache ist.»

Ähnlich ist die Situation in Biasca beziehungsweise in der Buchhandlung Ecolibro: Mit dem Verschwinden anderer Buchhandlungen in den Tre Valli (die Bezirke Blenio, Leventina und Riviera) ist Ecolibro zu einem Bezugspunkt für diejenigen geworden, die im Bleniotal und in der Leventina leben. Die Buchhandlung ist zu einem Ort der Gemeinschaft gewachsen. Dabei geht die Inhaberin Giorgia Schmid bei der Bereitstellung iden-



Print@home

IN NUR DREI KLICKS – SCHNELL, SICHER, EINFACH



Geht ganz einfach und entspricht einem Kundenbedürfnis: Bücherbons, die man zu Hause kauft und ausdruckt.

Mit der Möglichkeit, Bücherbons im Netz zu kaufen und zu Hause auszudrucken, erweitern wir unsere Service-Angebot für unsere und Ihre Kunden.

In der Veranstaltungsbranche ist es längst eine Selbstverständlichkeit, dass man Tickets im Netz kauft und bei sich zu Hause ausdruckt oder das PDF auf dem Handy ablegt. Seit letztem Oktober ist nun auch der Webshop der Genossenschaft Schweizer Bücherbon mit diesen digitalen Service ausgerüstet: Auf buchbon.ch können Bücherbons gekauft und direkt ausgedruckt werden. Kommt hinzu: Zum ersten Mal in der Geschichte des Bücherbons kann man ab zehn Franken Bons in jedem beliebigen Wert kaufen. Das Ganze dauert nicht länger als eine Minute. Und einlösbar sind die Bücherbons nicht nur an der Ladentheke, sondern auch in jedem Webshop, der dafür eingerichtet ist.

Steht der Kunde oder die Kundin in der Buchhandlung, könnte die Handhabung beim Einkassieren einfacher nicht

sein. Mit nur drei Klicks und etwas Übung ist ein Einkauf in wenigen Sekunden abgerechnet. Das ist möglich, weil Print@home das bereits bestehende System der E-Cards nutzt. Print@home-Bücher-

Die Abrechnung der Print@home-Bücherbons erfolgt jeweils per Ende Monat auf Ihr Bücherbon-Kundenkonto, in derselben Abrechnung wir die bestehenden E-Cards. Für Sie entsteht kein zusätzlicher

Zum ersten Mal kann man ab zehn Franken Bücherbons in jedem beliebigen Wert kaufen.

bons brauchen allerdings kein eigenes Terminal und keine neue Infrastruktur. Jedes Handy mit Kamera reicht aus, um den QR-Code zu scannen und so den Print@home-Bücherbon einzulösen. Der Prozess funktioniert ohne App und hinterlässt keine Daten auf dem Gerät. Für jede Einlösung erhält die Buchhandlung automatisch einen Beleg via E-Mail. In Buchhandlungen mit integrierten Kassen (beeline/miSolution) reicht es sogar, den Barcode auf dem Bücherbon einzuscannen.

Aufwand, es braucht keine Anpassungen der Technik, und es entstehen keinerlei Kosten. In drei Worten: schnell, sicher, einfach.

Eine erste Zwischenbilanz von Print@home ist erfreulich: Ganz offensichtlich verspüren auch Leserinnen und Leser das Bedürfnis, ihre Geschenke schnell und einfach im Netz einzukaufen.

PRINT@HOME IN 3 SCHRITTEN

1. Online-Shop

Der oder die Kundin geht auf unsere Website buchbon.ch zu «Bon kaufen» und gibt die gewünschte Anzahl Bons plus den gewünschten Wert pro Bon ein, bezahlt easy mit Twint oder Karte.

2. Print

Der Käufer beziehungsweise die Käuferin erhält ein E-Mail mit dem PDF der gekauften Bons. Ein Klick und schon rattert die Bescherung aus dem Heimdrucker. Nun kann man entweder die Bons hübsch als Geschenk verpacken (realromantische Variante) oder das digitale PDF als Mail verschenken (Digital-Native-Variante).

3. Einlösen

Der oder die Beschenkte löst den Bon ein. Jetzt kommen Sie ins Spiel. Mit dem Geschäfts-Handy oder mit Ihrem persönlichen Smartphone den QR-Code auf dem Bon einlesen – Sie werden direkt auf unserer Bücherbon-Website mit dem entsprechend hinterlegten Bon verbunden: PIN und Kartennummer und Gutscheinwert ploppen auf. Dann klicken auf «Ich bin eine Buchhandlung» → Name der Buchhandlung (erstellt es ab erstem Buchstaben von selbst) → Preis des Buches eingeben → Kontroll-Check → Beleg drucken, fertig. Der Beleg kommt übrigens gleichzeitig digital auf das Mail Ihrer Buchhandlung.

Jetzt testen!
Code scannen und
Print@home selber
ausprobieren.



Marketing

DIE «VISION 28» SPIELT AUF ALLEN KANÄLEN

Inzwischen zeigt es sich klar: Mit der Fülle von neuen und der Verstärkung von bisherigen Marketing-Massnahmen ist der Bücherbon auf dem richtigen Weg.

Vor drei Jahren im September sind an der ausserordentlichen Generalversammlung in Bern die Würfel gefallen: Die Mitglieder der Genossenschaft Schweizer Bücherbon hiessen die «Vision 28» gut und lenkten somit den Bücherbon in eine neue Zukunft. Das erklärte Ziel der «Vision 28»: den Schweizer Bücherbon sichtbarer machen und dessen Bekanntheit steigern.

Das Jahr 2024 war dann entsprechend arbeitsintensiv: Eine Werbestrategie, die Neugestaltung der Bücherbons, mehr digitale Präsenz, Aktionen an Anlässen und vieles

mehr musste geplant und umgesetzt werden. Das Jahr 2025 zeitigte dann bereits erste handfeste Resultate. Loïc von Matt, Geschäftsführer des Bücherbons in Stans, ist denn auch sehr zufrieden mit dem vergangenen Jahr. «Die Massnahmen haben sich als richtig und wirkungsvoll erwiesen. Das wissen wir aus zwei Gründen: Einerseits ist die Reichweite in den sozialen Medien klickgenau nachverfolgbar. Andererseits haben wir verschiedene Aktionen getestet und werten diese laufend aus. Nun können wir uns im Laufe dieses Jahres darauf konzentrieren, unsere Werbe-

massnahmen noch breiter und noch effizienter umzusetzen», sagt Loïc von Matt.

Im neudeutschen Marketing-Sprech sind die Marketingmassnahmen gegliedert in die Aktionsbereiche Awareness, Action, Engagement und Loyalty. Das lässt sich übersetzen mit Bekanntheit steigern, zum Kauf auffordern, mit Kunden interagieren und die Kunden emotional an den Bücherbon binden.

Was die Steigerung der Bekanntheit betrifft, so war der Bücherbon in der ganzen Breite der Möglichkeiten aktiv: mit klassischen Inseraten sowohl im Printbereich als auch im Internet, mit einer verstärkten Präsenz in den sozialen Medien von Facebook über Instagram bis LinkedIn. Mit Werbung auf Bildschirmen in Begegnungszonen des öffentlichen Raumes wird ein weiterer neuer Kanal bespielt. Im digitalen Bereich wurde die Zusammenarbeit mit Google Ads und Display Ads intensiviert.



**Loïc von Matt, Geschäftsführer
Genossenschaft Schweizer Bücherbon**

Inserate sind gut. Aber sie alleine reichen bei weitem nicht mehr aus. Heute braucht es zusätzlich Menschen, die Produkte vorstellen und die glaubwürdig sind, weil sie den mit dem beworbenen Produkt verbundenen Lifestyle selber leben. Genau: Die Rede ist von

Das ist viel Arbeit, da werden die Ärmel hochgekrempt. Deshalb freut sich Loïc von Matt besonders über seine neue Mitarbeiterin: «Mit Julia Muff haben wir eine buchaffine Macherin gefunden. Auf der Spielwiese der sozialen Medien kennt sich Julia

«Die Massnahmen haben sich als richtig und wirkungsvoll erwiesen.»

Loïc von Matt

Influencern und Botschaftern. Sie verbreiten keine Werbung, sondern kommunizieren Messages. Deshalb hat der Bücherbon Kollaborationen mit mehreren Influencern aufgebaut, die nicht nur auf ihren Kanälen in den sozialen Medien, sondern auch im realen Leben bei Bühnenauftritten den Bücherbon unterstützen. Sie schaffen direkte Kontakte zu Leserinnen und Lesern und somit auch eine emotionale Verbindung zum Bücherbon.

gut aus, sie kann Trends erkennen und gezielt Kollaborationen ins Leben rufen. Für uns ist sie ein Glückstreffer.»

Ein wichtiger Punkt ist noch nicht erwähnt: das Gewerbe. Oder wie Loïc sagt: «Firmen und Verwaltungen haben spezielle Bedürfnisse, sowohl für ihre Mitarbeiter als auch für ihre Kunden. Für den Bücherbon bieten sich diese Firmen als Multiplikatoren an. Deshalb wollen wir in Zukunft vermehrt auf Firmen jeder Art zugehen und ihnen eine Zusammenarbeit schmackhaft machen.» Eine gute Idee. Die ersten Grossbestellungen sind jedenfalls bereits zugesagt.

Natürlich geht der Bücherbon auch selber «raus zu den Leuten»: Das Sponsoring von Literaturfestivals und anderen Veranstaltungen im Zusammenhang mit Büchern wurde präzisiert und verstärkt. So erhält der Bücherbon eine starke Sichtbarkeit vor Ort. Mehr noch: Dank dem Glücksrad sind direkte und positive Kontakte zu Festivalbesucherinnen und Festivalbesuchern möglich. Nicht zuletzt kommt der Bücherbon mit neuen Serviceleistungen wie Print@home den Kundenbedürfnissen entgegen.



**Der Bücherbon ist «live auf allen Kanälen»,
in echt, digital und mit Menschen.**

Das Beste kommt zum Schluss

4/30

Der digitale Newsletter kann auch Print: Diesmal mit vier Gründen für viel Freude.



Lesen helfen Auf fünf Jahre hat die Genossenschaft Schweizer Buchzentrum ihr Projekt Lesebox angelegt: Buchhandlungen und Verlage entwickeln gemeinsam Aktionen, mit denen bei Schulkindern ab sechs Jahren die Freude am Lesen geweckt wird. Das finden wir vom Bücherbon eine wunderbare Idee – und unterstützen die Lesebox mit einer hübschen Summe Papiergeld.

Ehct ksras! Gmäëß eneir Sutide eneir Uvinisterät, ist es nchit withcg, in wlecehr Rneftogheie die Bstachuebn in eneim Wort snid, das ezniige was wcthiig ist, das der estre und der letzte Bstachue an der ritihcegn Pstoiin snid. Der Rset knan ein ttoaelr Bsinöldn sein, tedztorm knan man ihn onhe Pemobire lseen. Das ist so, weil wir nciht jeedn Bstachuebn enzelin leesn, snderon das Wort als gzeans enkreenn. Ehct ksras! Das ghet wicklirh! Und dfüar ghneen wir jrhlæng in die Scltue!

Smalltalk Apropos Lesen, hier ein Partyfact: Sie wissen ja, dass unser Gehirn beim Lesen die Worte nicht in Buchstaben verarbeitet, sondern sie schematisch als Ganzes erfasst. Darum kann man auch schadlos Buchstaben vertsuachen. Was aber die wenigsten wissen: Dafür gibt's sogar ein gescheites Wort. Es heisst Wortüberlegenheitseffekt. Warum auch immer.



Happy Birthday Die Buchhandlung Buchzeichen im zürcherischen Egg feiert ihren zehnten Geburtstag. Wir gratulieren herzlich! Weil in der Gemeinde seit März ein Verbot von Feuerwerk gilt, zünden wir eine Rakete hier bei uns in Stans. Dabei kommt uns in den Sinn: Wir haben in unserem Merchandising-Angebot noch keine Buch- beziehungsweise Lesezeichen... Machen wir demnächst.



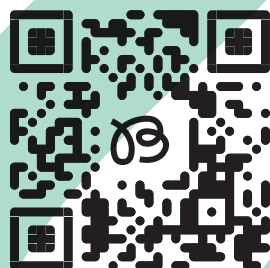
Salut Erst im August haben zwei frisch ausgebildete Fachkräfte in Sion die Buchhandlung L'Entremonde übernommen und die Verfügbarkeit von Comics, Mangas und Fantasy-Romanen im Wallis gesichert. Wenigstens in Französisch... Jetzt ist L'Entremonde auch noch unser neuestes Mitglied. Wir sagen: Herzlich willkommen! Darauf grad nochmal eine Rakete!

Das war's. Bis zum nächsten Letzten.

**WEITERE ABENTEUER,
INFOS UND ANKÜNDIGUNGEN,
ERFOLGS- UND ANDERE MELDUNGEN,
GESCHICHTEN IMMER ENDE MONAT.**

**Abonnieren Sie unseren Newsletter.
Einfach den QR-Code scannen und ein Mail
an uns senden.**

Sie werden es lieben.



Kontakt
Schweizer Bücherbon
Postfach, 6371 Stans
buchbon.ch

**Folgen Sie uns
auf Social Media**
@buchbon
#buchbon

 **SCHWEIZER
BÜCHERBON**