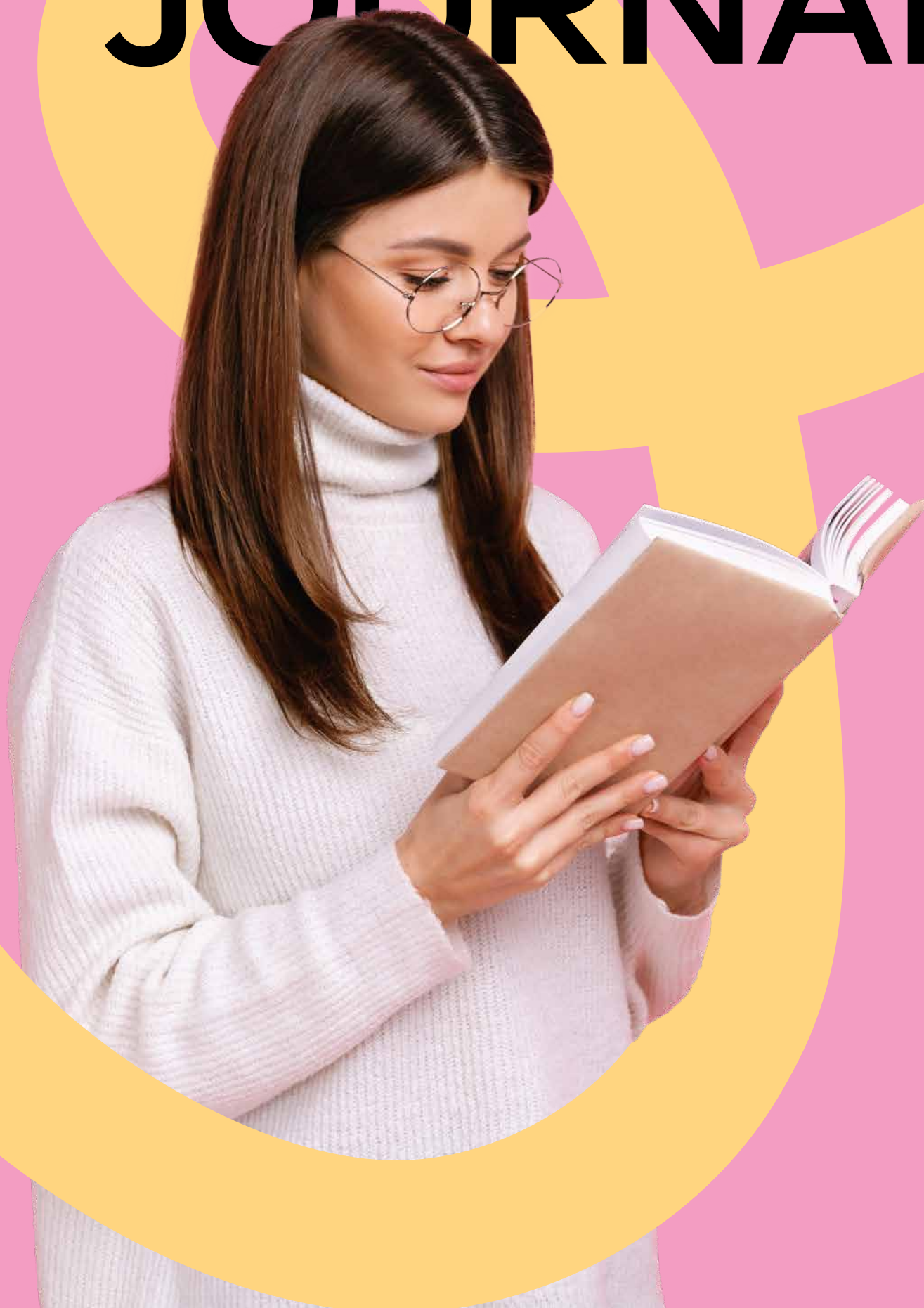


# BÜCHERBON JOURNAL



Inhalt

## Editorial

Seite 2

## Das Wichtigste in Kürze

Seite 3

## Wir machen Ihr Leben leichter

Seite 4

## Fünf Jahre – fünf Millionen

Seite 6

## Bekannt, beliebt und nützlich

Seite 7

## Die Story geht immer vorwärts

Seite 8

## Wir sind gerne für Sie da

Seite 10

## Zu guter Letzt

Seite 12



**Wem gehört  
der Bücherbon?  
Die Antwort  
ist eindeutig:  
Ihnen, den  
Buchhändler-  
innen und  
Buchhändlern!**

Seite 4



**Der Bücherbon  
gibt sich einen  
ganz neuen  
Auftritt und  
löst damit  
Begeisterung  
aus.**

Seite 8



# GRÜEZI



Liebe Buchhändlerin, lieber Buchhändler,  
liebe alle, die was mit Büchern machen

Jetzt liefern wir! Letzten September haben wir anlässlich der ersten GV seit 20 Jahren die Katze aus dem Sack gelassen und Sie über unsere Pläne informiert. «5 Millionen in 5 Jahren» war die knackige Parole, die den Anwesenden entweder das Blut in den Adern gerinnen liess oder es leidenschaftlich zum Kochen brachte. Entsprechend engagiert wurde die Diskussion geführt, und die Mehrheit hat uns das Vertrauen geschenkt. Darüber haben wir uns sehr gefreut und wir haben uns die kritischen Fragen auch zu Herzen genommen.

Seither haben wir nicht geruht. Der Markenprofi Pius Bucher hat mit seinem Team eine komplette Marketingstrategie erarbeitet. Workshops, Schulterblicke und Präsentationen jagten sich, immer kritisch begleitet durch den Verwaltungsrat und die geschätzten Häuptlinge auf der Geschäftsstelle. Und immer auch durch die romanische Brille beäugt. (Nein, nicht die romantische Brille, das wäre eine andere Geschichte.) Kurzum: Wir sind begeistert ...

**Wir sind begeistert über das neue  
Erscheinungsbild des Bücherbons –  
ein frischer, zeitgemässer Look, der unsere  
Freude an der Welt der Bücher widerspiegelt.**

Mit dieser Zeitung informieren wir Sie über unsere Pläne. Jetzt lassen wir das Geld für Sie arbeiten. Ab jetzt hat der Bücherbon ein neues Kleid, eine Strategie und einen Plan. In allen Landesteilen starten wir gleichzeitig mit unserer Kampagne.

Die erste Phase ist eine regionale Inserate-Kampagne und erreicht Ihre Kundschaft da, wo Sie Ihren Laden haben. Sie ist gleichzeitig auch auf allen digitalen Kanälen, unterschiedlich, je nach Zielgruppe.

Was wir tun, dient nur einem Zweck: Die Leserschaft soll Bücherbons kaufen und diese zu Ihnen in die Buchhandlungen tragen oder online einlösen. Und wir wollen bekannter werden. Bis jetzt kennen uns nur knapp 10 Prozent der Bevölkerung. Das haben wir messen lassen und das muss sich ändern.

Sie tun, was Sie tun, mit grosser Leidenschaft. Und es geht weiter. Denn wenn wir den jungen BookTokern und BookTokerninnen gut zuhören, dann hören und spüren wir vor allem: Leidenschaft für Bücher. Das macht doch Mut! Wir wollen Sie in Ihrer Leidenschaft für Bücher unterstützen. Fangen wir gemeinsam damit an.

**András Németh,  
Verwaltungsratspräsident der  
Genossenschaft Schweizer Bücherbon**

## Impressum

**Herausgeber**  
Schweizer Bücherbon  
Postfach, 6371 Stans

**Redaktion**  
Christian Hug, Pius Bucher  
Loïc von Matt

**Texte**  
Christian Hug

**Mitarbeit bei dieser Ausgabe**  
András Németh  
Martin von Matt

**Konzept, Gestaltung**  
Von Vorteil GmbH  
Ulmenstrasse 15, 6003 Luzern

**Korrektur**  
Agi Flury, Anne Dürr  
Prisca Wirz

**Übersetzung**  
Francesca Baranzini  
Véronique de la Motte

**Bilder**  
© bei den Fotografen

**Druck**  
Gisler 1843 AG, Altdorf

**Schriften**  
Telka, PT Serif

**Papier**  
Prolight, Offset opak 60gm<sup>2</sup>,  
FSC-zertifiziert

**Auflage**  
2500 Exemplare

**Printed in Switzerland**  
© 2024 Schweizer Bücherbon

**Online**  
buchbon.ch

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

# DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

## Summa summarum



**Dieses Jahr feiert der  
Bücherbon bereits seinen  
sechzigsten Geburtstag.**

Wie viele Bons in all diesen Jahrzehnten gedruckt wurden, kann niemand mehr sagen, weil vor 25 Jahren das Archiv abgebrannt ist. Aber: Alleine in den letzten zehn Jahren

wurden rund 2'800'000 papierene Bücherbons gedruckt im Gesamtwert von 40 Millionen Franken.

Seit 2020 gibt's den Bücherbon auch elektronisch: Macht zusätzlich 45'000 eCards im Wert von insgesamt 2 Millionen Franken und Summa Summarum erfreuliche 42 Millionen Fr.

## Risikofrei mit Gratis-Effekt



**Bücherbons kaufen heisst nichts anderes, als Bücher im Voraus zu bezahlen.**

Bis die Bons eingelöst werden, obliegt es der Verantwortung der Genossenschaft Schweizer Bücherbon, dieses vorbezahlte Geld zu verwalten. Sie tut das, indem sie das Geld in Obligationen und Aktien anlegt – und zwar äusserst ethisch und konservativ: nichts mit Rüstung, nichts

mit Öl, keine Spekulation. Nur 7 Prozent des Anlagevolumens sind Aktien, und zwar nur von Schweizer Firmen mit Triple-A-Bewertung, der Rest sind langfristige Obligationen.

Damit macht man nicht den grossen Reibach. Aber mit den Zinsen und Dividenden werden sämtliche Bücherbon-Dienstleistungen für die Buchhändlerinnen und Buchhändler sowie die Geschäftsstelle finanziert.

## Wert-Papier



**Ein Bücherbon ist nicht bloss ein Stück buntes Papier, sondern eine Art Banknote mit vielen eingebauten Sicherheitsmerkmalen.**

Barcode und Bonnummer sind ja noch einfach. Aber wenn Sie/Ihr/Ihr nicht wissen, was Guilloche, Schreibfehler

im Typoraster im CMYK, Mikrotypographie, mehrfache Nummerierung, Iridion und UV-Elemente sind – Gratulation: Dann haben Sie noch nie Geld gefälscht.

Es gibt in der Schweiz nur drei Druckereien, die Geldnoten drucken können und dürfen, es sind regelrechte Hochsicherheitsdruckereien.

## Zeitreisen



**Wie lange dauert es eigentlich vom geschenkten Bücherbon bis zum verkauften Buch? Im Durchschnitt eineinhalb Jahre.**

Eine Überschlagsrechnung der Geschäftsstelle hat ergeben: 20 Prozent aller Bücherbons werden innerhalb von

12 Monaten eingelöst, 50 Prozent innerhalb von zwei Jahren und weitere 20 Prozent innerhalb von drei Jahren. Die restlichen 10 Prozent schwirren irgendwo in der Unendlichkeit der Zeit.

Der älteste je eingelöste Bon wurde vor einigen Monaten ausbezahlt: Er stammte aus dem Jahr 1972.



Vorspann: Wem gehört der Bücherbon?

# WIR MACHEN IHR LEBEN LEICHTER

**Die Geschichte des Bücherbons ist Abenteuer aus Suchen und Finden. Einerseits. Andererseits auch eine tolle Erfolgs-Story. Und immer ist klar: Der Bücherbon gehört und dient einzig den Buchhändlerinnen und Buchhändlern.**

Es war an einem Weihnachtstag in den frühen 1920er-Jahren, als der englische Publizist Harold Raymond alle seine Geschenke ausgepackt hatte und ordentlich ins Staunen kam: Raymond zählte 119 Präsente – aber nur drei davon waren Bücher. Ein englisches No-Go. Eine Umfrage bei den Schenkenden ergab: Man hätte zwar gerne wollen, aber wäre das ausgewählte Buch dann auch das richtige gewesen? Das Zögern war grösser als der Mut. «Ich weiss nicht, warum diese Befürchtung bei Büchern existiert, aber nicht bei Zigarren oder Puderquasten», sinnierte Raymond – und entwickelte eine interessante Idee: Ein Bon explizit für Bücher! Den kann man verschenken, und der oder die Beschenkte kann dann in der Buchhandlung selber das nach dem individuellen Geschmack richtige Buch auswählen.

Eine gute Idee – allerdings kam der «Book Token» dann erst 1932 in den Handel. Aber immerhin haben die Briten somit den Bücherbon erfunden.

Der «Book Token» blieb lange ein sprichwörtliches Inselphänomen. Wie grossartig die Idee war, begriff erst Jahre später die Unesco: Sie startete 1948 als eine Art internationale bildungspolitische Wiederaufbau-Massnahme nach dem Zweiten Weltkrieg die «Aktion Bücher-Bons». Damit konnte man Studienmaterial aus anderen Ländern leichter beschaffen.

Erst Anfang der 1960er-Jahre entdeckte der umtriebige Winterthurer Buchhändler Wolfgang Vogel während einer Englandreise den Book Token. Zurück in Winterthur, gab er die Initialzündung für das einheimische Pendant. Just auf das Weihnachtsgeschäft 1964 lancierte der Schweizerische Buchhändler- und Verleger-Verband schliesslich den Schweizer Bücherbon. Dessen Geschäftsführung wurde der SBV-Abteilung Schweizerische Werbestelle für das Buch in Gossau übertragen.

## An diesem Punkt eröffnen sich zwei Pfade und eine Erkenntnis.

Die Erkenntnis zuerst, weil immer wieder wichtig: Der Bücherbon gehört den Buchhändlerinnen und Buchhändlern. Juristisch korrekt ist das eine Art Dreisatz: Das Vermögen des Bücherbons gehört der Genossenschaft Schweizer Bücherbon – deren Genossenschaftler und Genossenschaftlerinnen sind ausschliesslich Buchhandlungen – und die wiederum gehören Buchhändlerinnen und Buchhändlern. Was eben bedeutet: Was immer der Bücherbon tut, wird von Buchhändlerinnen und Buchhändlern entschieden und geschieht zum Wohle derselben.

Der erste Pfad eröffnet sich in der Buchhandlung von Matt im schönen Stans: Hier geht der fünfjährige Martin seinem Vater Josef zum ersten Mal im Laden zur Hand und verpackt be-

geistert Bücherbons in hübsche Geschenke mit wackligen Schlaufen. Viele Jahre später sollte ebendieser Martin Geschäftsführer des Bücherbons werden.

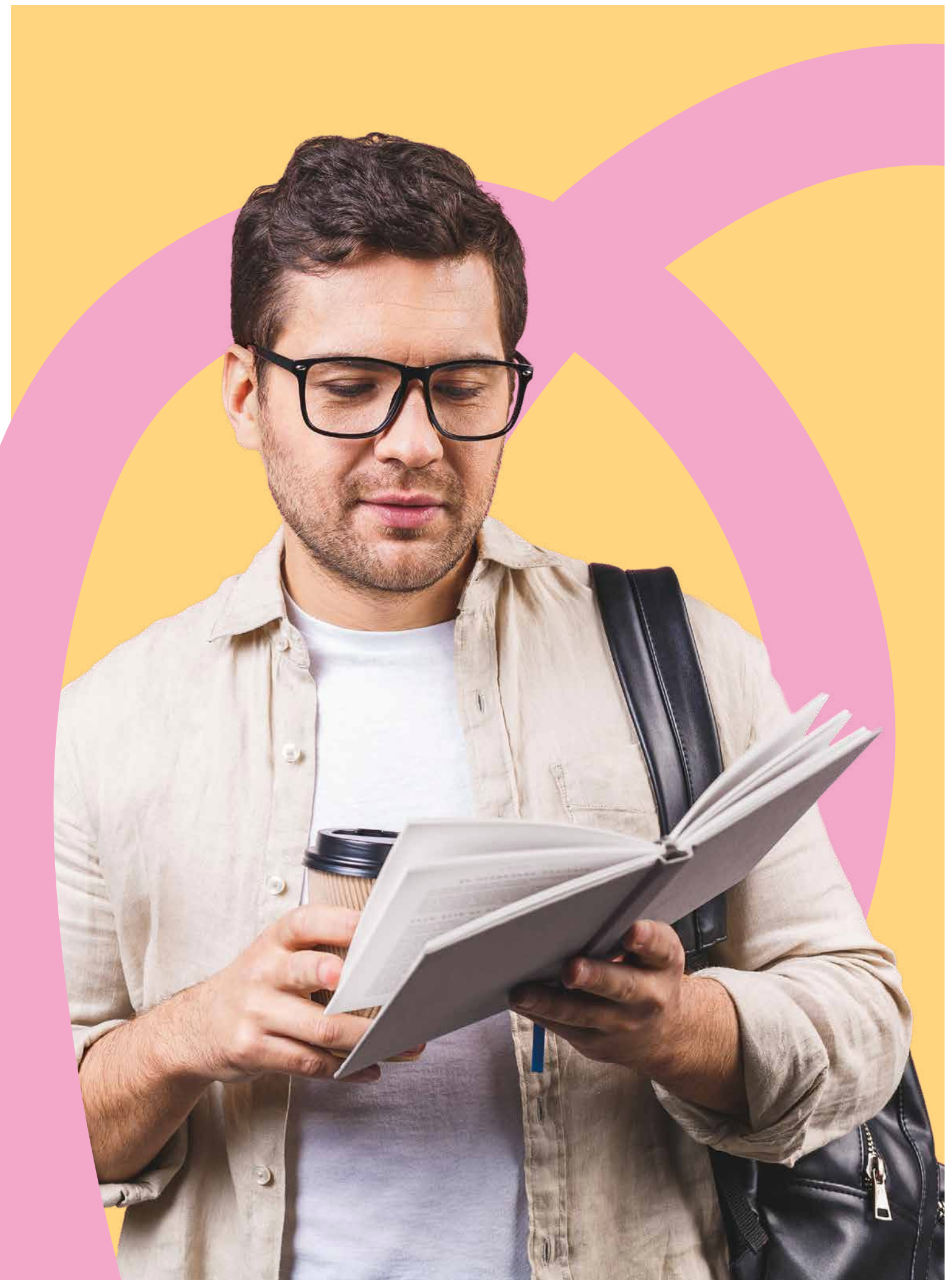
Der zweite Pfad verlief folgendermassen: Der Bücherbon erwies sich als tolle Idee. Schon 1969 war die 100'000-Franken-Umsatzgrenze geknackt. Sieben Jahre später überstieg der Umsatz erstmals die Millionengrenze. Innerhalb der Schweizerischen Werbestelle für das Buch übertrug man alle Bücherbon-Angelegenheiten der Sekretärin Gaby Tölderer, also die ganzen Rückvergütungen, die Buchführung und die Kundenbetreuung.

Frau Tölderer richtete in der Einlegerwohnung ihres Hauses in Neuhausen am Rheinfluss das Bücherbon-Büro ein. Auch neue Mitarbeitende, die wegen der stetig steigenden Umsätze nötig wurden, hatten ihren Arbeitsplatz in Neuhausen. Und Gaby Tölderer war Frau Bücherbon.

Die restlichen Jahrzehnte können wir problemlos im Schnelldurchlauf spulen: Aus der Schweizerischen Werbestelle für das Buch wird die Schweizer Buchwerbung Information. Daraus wiederum wird Pro Libro und wird die Genossenschaft Schweizer Bücherbon. Parallel dazu wird aus dem Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verband über allerlei Umwege der Schweizer Buchhandels- und Verlags-Verband SBVV. Die Pendants Livresuisse im Welschland und Alesi im Tessin gesellen sich zum Bücherbon. Mit Erfolg: Im Jahr 2009 beträgt die Summe aller verkauften Bons über 9 Millionen Franken.

Gaby Tölderer ist zwischenzeitlich raus, kommt wieder ins Spiel und geht 2011 in Pension: Das ist der Moment, wo Martin von Matt die Geschäftsstelle des Bücherbons übernimmt und in Stans installiert. Der eine Pfad führt in den anderen. Unter der Ägide des Verwaltungsratspräsidenten wird 2020, ebenfalls zum Weihnachtsgeschäft, der elektronische Bücherbon eingeführt: der erste Schritt in die digitale Zukunft.

Martin von Matt ist inzwischen selber nahe am Pensionsalter, seine Begeisterung für den Bücherbon ist bis heute geblieben. Er sagt: «Wir erleichtern den Buchhändlerinnen und Buchhändlern das Leben, indem wir wirklich alles für sie tun, was irgendwie mit dem Bücherbon zu tun hat. Nur einpacken müssen sie die Bons im Laden selber.» Dann huscht ein Schmunzeln über sein Gesicht: «Wir sind die freundlichste Geschäftsstelle der Welt!»



**ALLES WIRD GUT,  
BESSER, AM BESTEN**

# DIE WENDE

**Der Bücherbon erfindet sich neu. Und wie! Das lässt er sich was kosten. Denn alles, was jetzt kommt, ist immer und ewig und einzig und allein zum Wohl aller Buchhändlerinnen und Buchhändler.**

**Folgen Sie dem roten Faden.**



Das Geld: Vom Bücherbon – für den Buchhandel

# FÜNF JAHRE – FÜNF MILLIONEN



Der neue elektronische Bücherbon, wie er ab Frühjahr 2025 im Umlauf sein wird.

**Der Schweizer Bücherbon macht sich fit für die Zukunft und investiert insgesamt fünf Millionen Franken für sich und für eine blumige Zukunft des Buchhandels. Woher kommt das Geld? Und wozu soll es in den kommenden Jahren verwendet werden?**

Die Rechnung ist im Grunde einfach: Kunden, die einen Bücherbon kaufen, bezahlen ein Buch im Voraus. Wie bei einer Bank wird nun dieses Geld bei der Genossenschaft Schweizer Bücherbon so lange deponiert, bis jemand diesen Bon einlöst. Dann erfolgt die Rückzahlung des entsprechenden Bon-Wertes an die Buchhandlung.

Nun kommt es wie bei allen Bons und Gutscheinen auch beim Schweizer Bücherbon vor, dass einige Bons nicht eingelöst werden. Weil die Beschenkten sie verlegen, vergessen, verlieren oder verschusseln. Der Bon ist dann zwar für die Beschenkten verloren – das Geld hingegen bleibt bei der Genossenschaft auf dem Konto.

Und weil der Schweizer Bücherbon dieses Jahr bereits seinen sechzigsten Geburtstag feiern darf, hat sich über

die Jahre ein, sagen wir mal: hübsches Sümmchen angehäuft. Soweit alles klar.

Nun hat der Verwaltungsrat zusätzlich einen buchhalterischen Schnitt gemacht: Bei der Gründung des Bücherbons war die Geltungsdauer derselben unbeschränkt – 1987 wurde die Gültigkeit auf 10 Jahre beschränkt – und 2012 auf fünf Jahre reduziert.

Obwohl die Geschäftsstelle des Schweizer Bücherbons in Stans super-kulant ist und grundsätzlich jeden Bon rückerstattet, und sei er noch so alt – mit der Reduktion der Geltungsdauer hat sich rechnerisch gesehen die Summe der (noch) nicht eingelösten Bons kräftig vergrössert. Buchhalterinnen und Buchhalter nennen das «freie Mittel».

Dieser Schritt sicherte der Genossenschaft die finanzielle Basis für den grossen

Schritt nach vorne: Der Bücherbon erfindet sich neu. Und zwar in jedem denkbaren Bereich. Für die grosse Wende investiert die Genossenschaft Schweizer Bücherbon 5 Millionen Franken – einzusetzen über fünf Jahre, das heisst: eine Million Franken pro Jahr während fünf Jahren. Dann schauen wir weiter.

Dass das viele Geld so ausgegeben wird, wie es geplant ist, liegt auf der Hand beziehungsweise ist in den Statuten der Genossenschaft festgeschrieben. Schon unter Artikel 2 steht dort geschrieben: «Freie Mittel sind ausschliesslich zur Förderung der Buchbranche (z.B. für Aus- und Weiterbildung, Leseförderung und Werbung) einzusetzen.»

Die Gesamtsumme von 5 Millionen Franken sowie die Vision, wie diese Millionen zum Wohle der Buchbranche

investiert werden sollen, das haben die Mitglieder der Genossenschaft an der ausserordentlichen Generalversammlung vom 4. September 2023 in Bern gutgeheissen und bewilligt.

**Dass das viele Geld so ausgegeben wird, wie es geplant ist, liegt auf der Hand.**

Seither laufen in der Genossenschaft die Drähte heiss und rauchen die Kreativköpfe beim Entwickeln neuer Ideen. Der Bücherbon erfindet sich neu und sorgt gleichzeitig für eine blumige Zukunft des Buchhandels.

Der Plan: Bewährte und neue Kanäle bespielen

# BEKANNT, BELIEBT UND NÜTZLICH

**Der Beschluss ist gefasst, das Geld ist gesprochen, der Change Manager erfindet die Marke Bücherbon neu. Drei grosse Richtlinien legen die Schwerpunkte fest, wie sich der Bücherbon ab jetzt entwickeln soll. Das Ziel: Viele neue Bücherbon-Fans.**

Natürlich hatte sich der Verwaltungsrat des Bücherbons schon viele Monate vor der ausserordentlichen Generalversammlung Gedanken zur Wende gemacht und sogar eine Strassenumfrage in Auftrag gegeben. Schliesslich traf man sich zu einem Workshop: Unter der Leitung des Markenentwicklers Pius Bucher diskutierten und konkretisierten die Mitglieder des Verwaltungsrats Ideen, Möglichkeiten, Chancen und Perspektiven. Vor allem aber fassten sie an diesem Tag drei Grundsatzentscheide, nach denen alle zukünftigen Aktionen des Bücherbons ausgerichtet sein sollen:

- Bekanntheit des Bücherbons steigern
- Neue Zielgruppen erschliessen
- Unterstützung des Buchhandels ausbauen

Und nachdem die ausserordentliche Generalversammlung die besagten 5 Millionen für die grosse Wende des Bücherbons bewilligt hatte, konnte es endlich losgehen mit der Ausarbeitung und Planung. Wir nennen es die Vision 28. Neudeutsch formuliert wäre der Begriff Change ebenfalls passend. Das Management zum Change obliegt weiterhin Pius Bucher.

Erfreulich an der Vision 28 ist der Wille, den Bücherbon zu einer sprichwörtlich hervorragenden Marke in der wunderbaren Welt des Buches auszubauen. Dazu sollen sämtliche heutigen Kommunikationsmittel genutzt werden: von den sozialen Medien und den Printmedien über weitere digitale Möglichkeiten wie Direct Mailings, den Newsletter, die eigene Website und Google Ads bis zu regionalen und aussergewöhnlichen Kampagnen wie persönliche Besuche in Buchhandlungen und Wettbewerbe.

Mit neuen Zielgruppen sind unter anderem Grossfirmen gemeint, die den Bücherbon als Kunden- und Mitarbeitenden-Geschenke einsetzen können. Oder Gemeinden. Oder ... die Möglichkeiten sind hier fast unbeschränkt. Sie wurden bisher einfach noch nie ausgeschöpft. Und das soll sich jetzt ändern.

Und selbstverständlich will der Bücherbon den Buchhandel und das Ausbildungswesen im Buchhandel in Zukunft mit noch mehr Geld unterstützen. Zum Beispiel mit der Reform der Grundausbildung im Buchhandel. Und mit der Unterstützung von regionalen Aktionen einzelner Buchhandlungen. Überhaupt mit dem Support origineller Ideen von Buchhändlerinnen und Buchhändlern.

Fazit: Alles, was die Genossenschaft Schweizer Bücherbon unternimmt, kommt dem Buchhandel zugute. Und je besser und bekannter der Bücherbon ist, desto mehr profitiert der Buchhandel. So einfach ist das.

Und damit der Bücherbon als eigenständige und erkennbare Marke eine grössere Präsenz erreicht, erhält er ein neues Erscheinungsbild und ein neues Logo.

**Keine Zeit, in die Kamera zu schauen, weil die Ideen nur so sprudeln: Vertreterinnen und Vertreter des Verwaltungsrats und der Geschäftsstelle während des Workshops in Zürich im vergangenen Juni.**

## Die drei Kernwerte

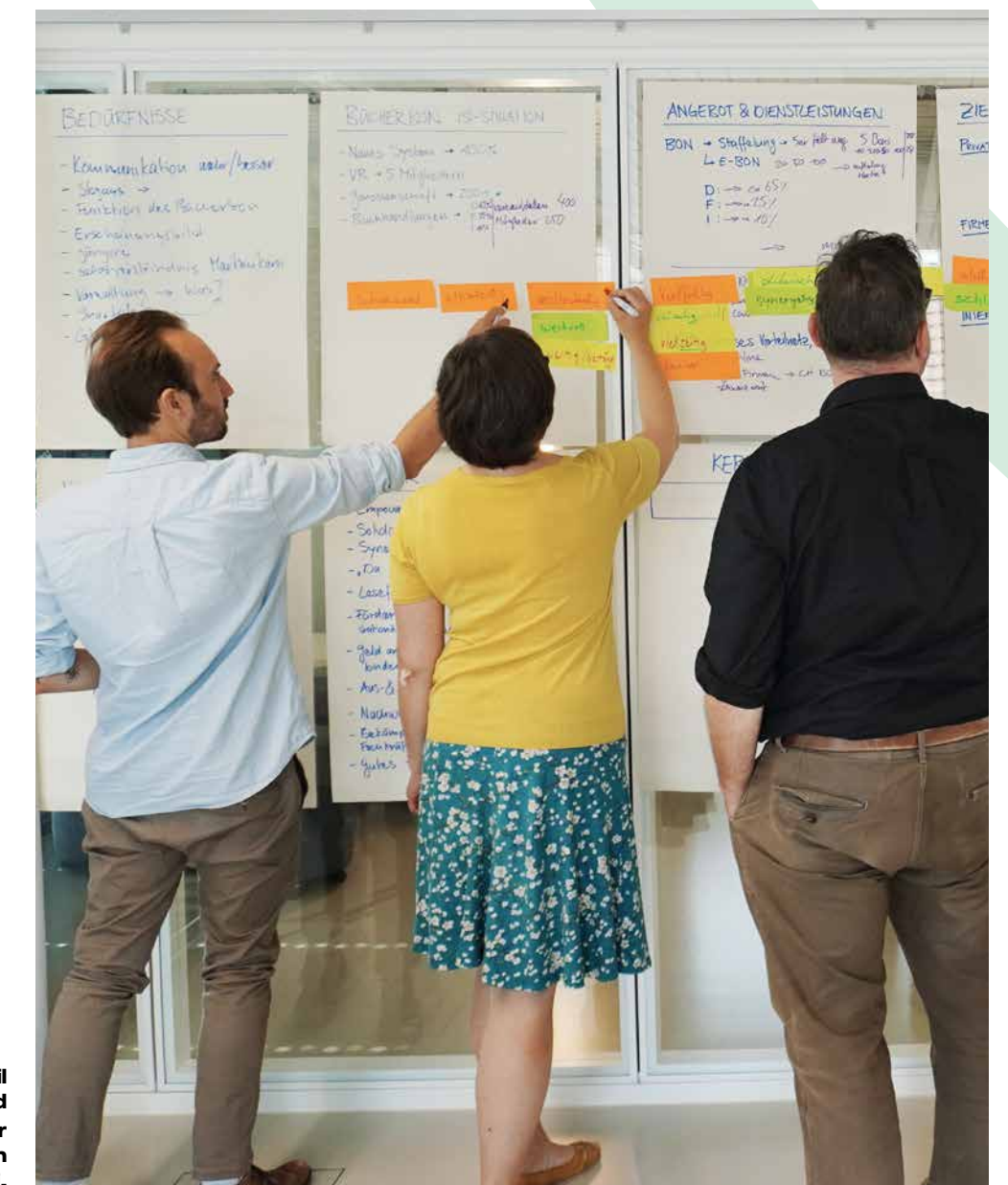
**Wertbeständig:** Auf uns kann man sich verlassen, in jeder Beziehung.

**Unterstützend:** Wir helfen dem Buchhandel, wo immer es uns möglich ist.

**Kulturell:** Wir sind Kultur, und wir schlagen Brücken zwischen den Kulturen.



Alles im Kasten – jetzt gibt's doch noch ein Gruppenbild.





Die Linie: Ein neues Erscheinungsbild

# DIE STORY GEHT IMMER VORWÄRTS

**Der Bücherbon gibt sich einen neuen Auftritt inklusive Logo, man könnte auch sagen: ein neues Corporate Design und eine neue Corporate Identity. Tragendes Element ist dabei der rote Faden, der jede Geschichte erst richtig spannend macht.**

Es ist völlig egal, ob sie in einem Buch, im Theater, im Film oder am Stammtisch erzählt wird: Eine Geschichte wird erst dann zu einer guten Geschichte, wenn sie eine Entwicklung beschreibt. Die soll uns an dieser Stelle überraschen und an jener traurig machen, und sie soll uns am Ende beglücken. Oder nerven. Oder beschwingen. Hauptsache, ein Handlungsstrang hat sich entfaltet und mündet in das grosse Finale. Diese Entwicklung nennt man den roten Faden. Das heisst, man nennt den so, seit Goethe ihn in seinen «Wahlverwandtschaften» so bezeichnet hat. In der Werbung spricht man heute von Storytelling.

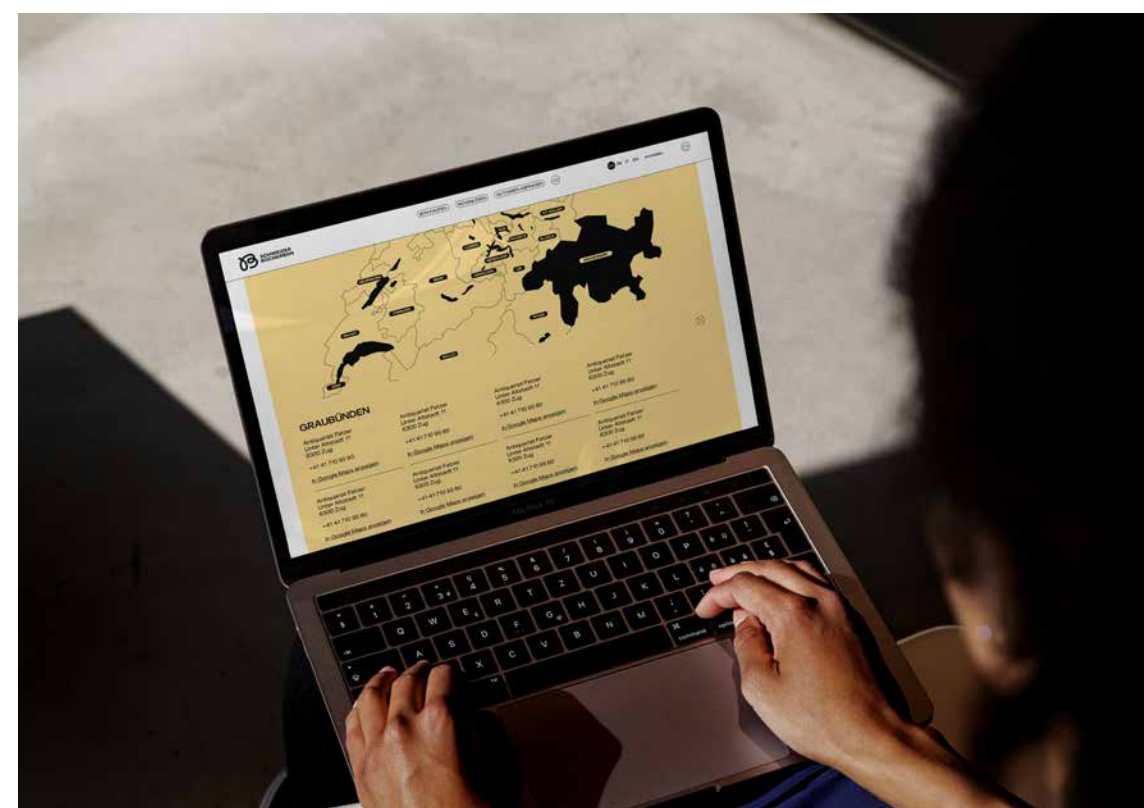
Leserinnen und Leser wissen, was damit gemeint ist. Denn egal, ob es ein Roman, ein Ratgeber, ein wissenschaftliches oder ein Kochbuch ist: Es ist der rote Faden, der uns dazu führt weiterzulesen.

**So einfach ist das.  
Und so klar und so freundlich.**

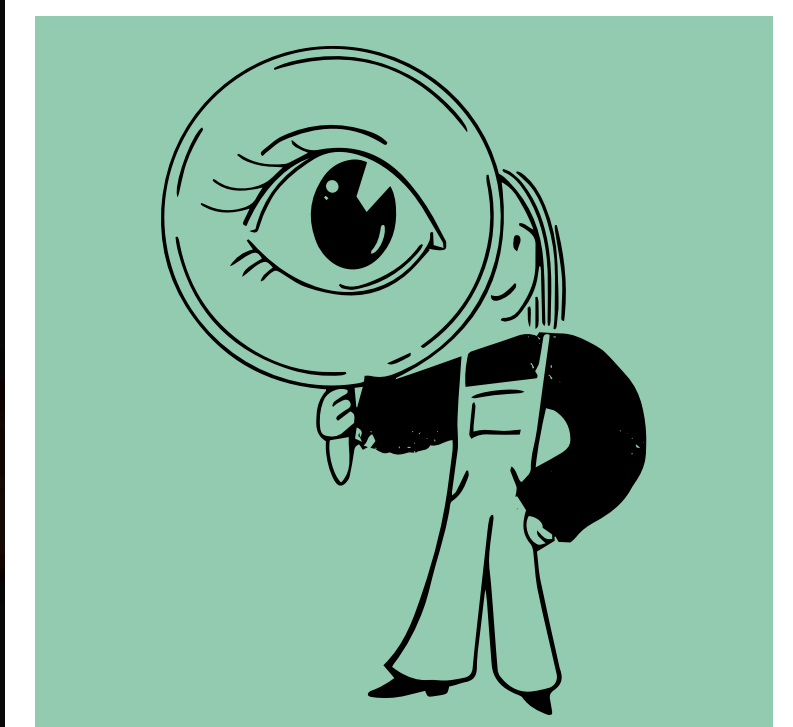
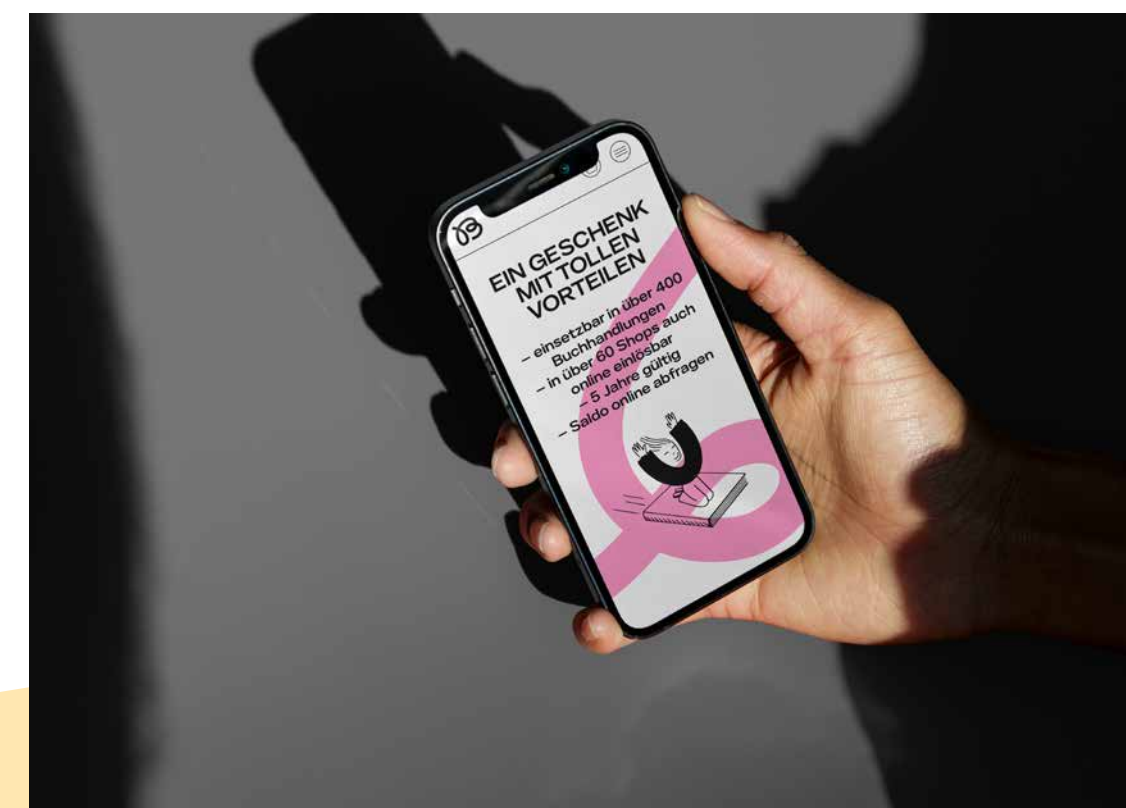
Genau das ist die zündende Idee des neuen Erscheinungsbildes des Schweizer Bücherbons. Der rote Faden als Sinnbild einer guten Geschichte. Der ist dann beim Bücherbon nicht einfach nur rot, sondern er bewegt sich in einer sorgfältig ausgedachten Farbenwelt von freundlich hellen Grün-, Rot- und Gelbtönen. Mit denen kann man bei der Gestaltung von Bildern, Inseraten, Tags und Posts angenehm spielen. Werber sprechen hier gerne von Bilderwelten. Und natürlich sticht in jeder Variante ein klarer Wiedererkennungswert heraus: Der Bücherbon ist der Gutschein für die nächste Lieblingsgeschichte.

Der rote/grüne/gelbe Faden bildet auch das neue Logo des Schweizer Bücherbons, hier darf er auch mal schwarz sein: Der Faden bildet ein B, es steht für Schweizer Bücherbon, Buono svizzero del Libro, Bon suisse du Livre und auch für Bon svizzer dal cudesch. Und wenn man möchte, sogar für Swiss Book Voucher. Und ja, das B steht auch für Buchhändlerinnen und Buchhändler.

Die Idee der «Storyline» wurde abstrakt über sämtliche Massnahmen aufgenommen.



Enstanden ist ein vielseitig einsetzbares Erscheinungsbild, welches dynamisch funktioniert.





Sponsoring: Wir unterstützen den Buchhandel

# WIR SIND GERNE FÜR SIE DA



Viele Stars, noch viel mehr Fans und alles für die Literatur: Das Festival Le Livre sur les quais in Morges ist einer der Anlässe, die der Bücherbon unterstützt.

**Es steht in unseren Statuten, dass wir Anlässe und Aktionen rund um das Buch und den Buchhandel unterstützen sollen. Es bereitet uns grosse Freude, die Freude am Buch zu fördern. Aber hin und wieder macht es auch ein bisschen Kopfzerbrechen.**

Seit 2021 gibt es dieses kleine feine Literaturfestival in Valposchiavo ganz am Rand der Schweiz. Es heisst Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo. Weil es in der in Graubünden liegenden Exklave der italienischen Sprache stattfindet, ist es eigentlich ein italienisches Festival, es widmet sich aber dem Schaffen der Schweizer Literatinnen und Literaten aller vier Landessprachen. Das ist herrlich! Und deshalb unterstützen wir das Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo mit einem Sponsoringbeitrag von 2500 Franken. Das ist für dieses Event ein schöner Beitrag zum Gesamtbudget.

Nehmen wir ein Beispiel auf der anderen Seite der Skala: Jedes Jahr unterstützt der Schweizer Bücherbon den Wettbewerb um den Schweizer Buchpreis. Wenn an der grossen Galafeier Christian Haller für «Sich lichtende Nebel» (2023) ausgezeichnet wird oder Kim de l'Horizon für sein «Blutbuch» (2022), dann ist das in sämtlichen Schweizer Medien ein Grosseignis, dann diskutieren wieder mal alle über Schatz und Schund und Literatur im Allgemeinen. Diesen Effekt auf die Schweizer Literatur finden wir genauso wichtig wie die stille Sorgfalt zu den vier Landessprachen im Zipfel von Graubünden.

Weil wir das Kleine mögen und das Grosse nicht fürchten. Deshalb unterstützt der Schweizer Bücherbon das Buch des Jahres jedes Jahr mit einem Sponsoringbeitrag von 15'000 harten Schweizer Franken.

**Weil wir das Kleine mögen und das Grosse nicht fürchten.**

Soweit zu den beiden Enden der Sponsoring-Skala. Wobei wir auf der kleineren Seite

durchaus noch tiefer gehen. Zum Beispiel bei der Münster-gass-Buchhandlung in der Stadt Bern. Dort erschien 2023 wie jedes Jahr ihr eigenes Mitteilungsblatt «Bücherlese», und diesmal haben wir die gesamten Druckkosten der Mini-zeitung übernommen. Das war mit 700 Franken ein kleiner Betrag für den Bücherbon, aber eine grosse Hilfe für die Münster-gass-Buchhandlung.

Es ist also schnell ersichtlich: Sponsoring-Gelder sprechen ist eine vielschichtige, man könnte fast sagen: komplizierte Angelegenheit. Weil

Beziehung ein ausgewogenes Verhältnis ergeben sollte: Wie berücksichtigt man alle vier Landesteile und Landessprachen? Welches Geld bringt welchen Nutzen, und was hat der Bücherbon davon? Wo liegen die Grenzen des Machbaren und wo macht's nur noch wenig Sinn? Sind die Grossen immer wichtiger als die Kleinen? Und was nicht nur bei uns immer wieder zu Diskussionen führt: Gibt es beim Sponsoring Gerechtigkeit? Und wenn ja: Wie sieht die aus?

Am Ende gibt es das natürlich nicht. Weil auch die Grenzen fließend sind zwischen den Bereichen. So engagieren wir uns im Welschland in der Unterstützung von Ausbildungsprogrammen wie demjenigen von Livre Suisse für Buchhändler und Buchhändlerinnen, die eine eigene Buchhandlung eröffnen wollen. Hier halfen wir im vergangenen Jahr mit einem Betrag von 6000 Franken – das ist mehr als die Hälfte des Gesamtbud-

gets von 10'000 Franken. Oder das herrliche Grossfestival Le Livre sur les quais in Morges, das während dreier Tage rund 40'000 Besucherinnen und Besucher ausweist, die an den Ufern des Genfersees rund

na in Lugano mit 3000 Franken. Und das Literaturfestival Eventi letterari Monte Verità in Ascona mit 2500 Franken. Sämtliche Zahlen und Unterstützungen beziehen sich auf das Jahr 2023. Und

dem Sie schon viel in dieser Zeitung gelesen haben, werden wir vom Bücherbon auch unser Sponsoring überdenken und schärfen: Wir wollen zum Beispiel die Unterstützung von Aus- und Weiterbildung klarer

entwickeln soll: «Eine unserer Aufgaben ist die Unterstützung des Buchhandels, das steht unmissverständlich so in unseren Statuten. Deshalb möchten wir in Zukunft mehr Gewicht auf Sponsorings legen, die direkt dem Buchhandel zugute kommen.»

Was sicher weiterhin bleiben wird, ist die Unterstützung von einmaligen und ganz besonderen Aktionen. Ein Beispiel vom letzten Jahr: die Umfrage des SBVV in Zusammenarbeit mit Livre Suisse und Alesi über den wirtschaftlichen Zustand und die soziale Befindlichkeit der unabhängigen Buchhandlungen in der Schweiz. Die letzte Umfrage dieser Art ist über 10 Jahre her – eine neue Erfassung des Ist-Zustands war also dringend nötig. Wir haben 13'000 Franken der Gesamtkosten von 15'000 Franken übernommen.

Die Ergebnisse dieser Umfrage stimmen übrigens zuversichtlich: Die Lage ist zwar nicht einfacher geworden, aber die Buchhändlerinnen und Buchhändler sind optimistisch. Beim Bücherbon ist es ähnlich. Aber mit dem Geld, das gesprochen worden ist und mit dem wir jetzt arbeiten, wird vieles besser. Wir bleiben dran.

## Wie berücksichtigt man alle vier Landesteile und Landessprachen? Welches Geld bringt welchen Nutzen, und was hat der Bücherbon davon?

16'000 Bücher kaufen – wir unterstützen die Aktion mit 5000 Franken.

Im Tessin wiederum unterstützen wir das Casa della Letteratura per la Svizzera italia-

die Liste der Sponsorings ist einig länger als die hier aufgeführten.

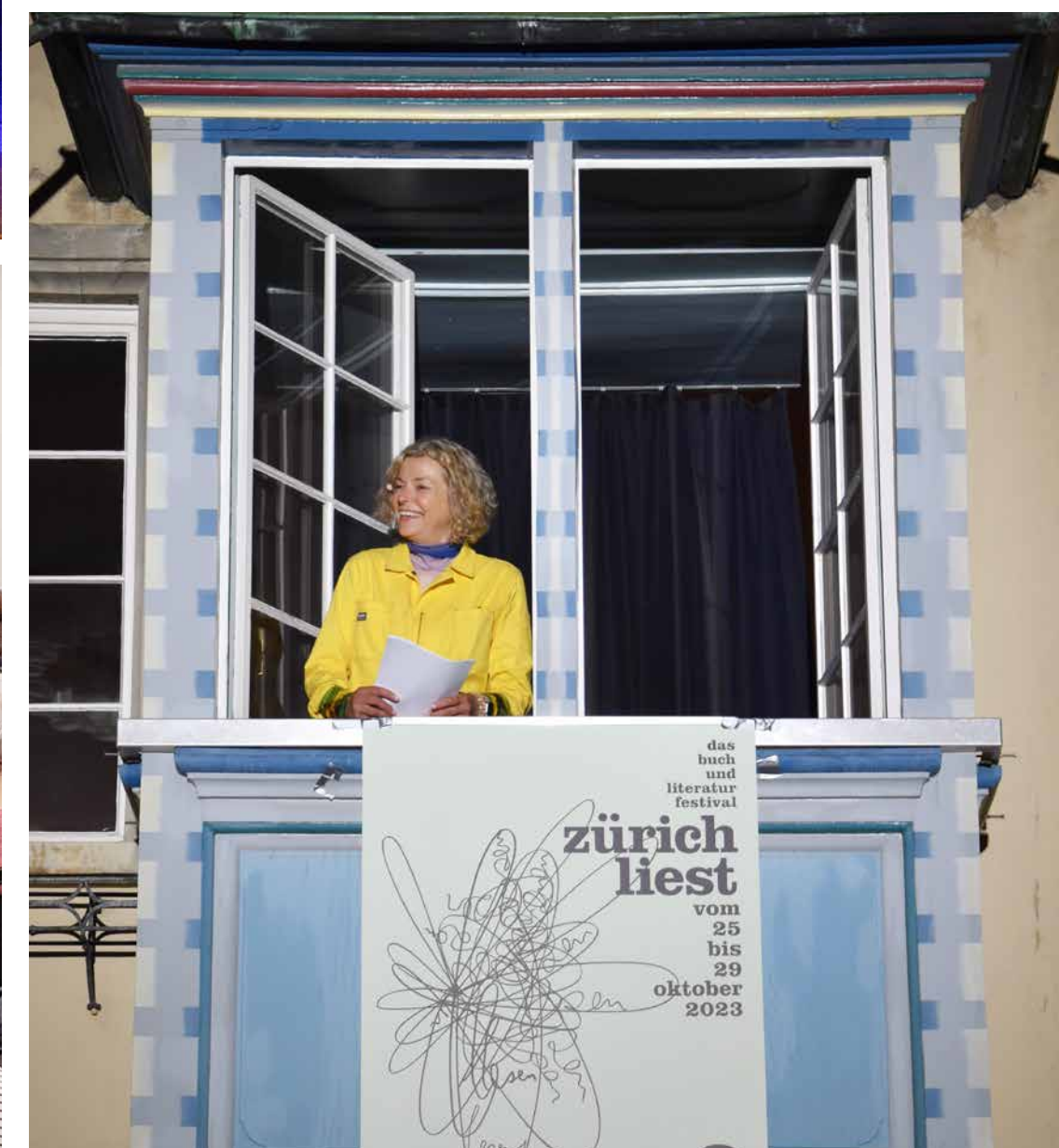
Im Rahmen der Grossen Wende und dem Programms 5 Millionen in 5 Jahren, zu

dem Event-Sponsoring trennen. Auch die oben erwähnte Ausgewogenheit zwischen den Landesteilen, zwischen grossen und kleinen Anlässen werden wir neu überdenken und austarieren.



Loïc von Matt, Geschäftsführer des Schweizer Bücherbons in Stans, weiss, wie sich das Sponsoring in Zukunft

**Der Schweizer Bücherbon sponsert, unterstützt und sucht Zusammenarbeiten mit Anlässen und Institutionen in allen vier Landesteilen. Zum Beispiel (von unten im Uhrzeigersinn) «Zürich liest», das «Casa della letteratura per la Svizzera Italiana» und «Lettere dalla Svizzera alla Valposchiavo».**





# ZU GUTER LETZT



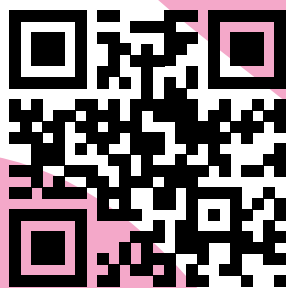
**Ein Spielbon** Lüthy Balmer Stocker in Glatt schickt uns zwei Drittel eines 50-Franken-Bons in Einzelteilen: Yumi, der Hund einer Kundin, habe diesen Bon zum Fressen gern gehabt – und ob wir da was machen könnten ... Klar können wir: Neuen Bon geschickt mitsamt den besten Grüssen und zwei Leckerli für Yumi. Worauf Besitzerin Lara uns ein Foto schickt von Yumi mit Karte: Danke, Schweizer Bücherbon! So machen wir das.



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

**Abonnieren Sie unseren Newsletter.  
Einfach den QR-Code scannen.**

**Sie werden es lieben.**



**Kontakt**  
Schweizer Bücherbon  
Postfach, 6371 Stans  
buchbon.ch

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

 **SCHWEIZER  
BÜCHERBON**