

SALES AWARD 2018

SALES AWARD 2018

Der Preis für außergewöhnliche
Leistungen im Vertrieb

SALES AWARD 2018

Das Ziel

Die Leistung des Verkaufs,
seine einzigartige Wertschöpfung
und Kreativität
ins Licht der Branchen-Öffentlichkeit rücken.

→ Es geht um die eine zentrale Frage:
wer erschließt neue Leser oder Märkte?

SALES AWARD 2018

Der SALES AWARD...

...ist seit Jahren ein Spiegel der Leistungsfähigkeit der Branche

...ist eine Art „Lernplattform“ –
hier erfährt man wie es die Besten machen

SALES AWARD 2018

Der SALES AWARD Newcomer-Preis 2018

für einen „Überraschkandidaten“, der
durch besondere Aktivitäten erstmals aufgefallen ist

SALES AWARD 2018

Die Büchergilde lebt in ihren Partnerbuchhandlungen vor Ort

- Aktuell hat die 1924 gegründete Büchergilde 60.000 Mitglieder und ca. **100 Partnerbuchhandlungen**, so viele wie seit Jahrzehnten nicht
- Zu den Partnerbuchhandlungen zählen meist die bekannten Buchhandlungen vor Ort, von denen viele mit dem Deutschen Buchhandlungspreis ausgezeichnet wurden.
- Seit 2017 gehören auch Groß- bzw. Filialbuchhandlungen (Decius, Schweitzer und Pustet) zu den Partnern der Büchergilde.
- Austausch mit den Buchhandlungen in den **halbjährlichen Regionalkonferenzen**
- Nach Jahren des Mitgliederrückgangs **wächst die Büchergilde wieder**

SALES AWARD 2017

SALES AWARD Newcomer-Preis 2018

Dass ein fast hundertjähriges Unternehmen mit diesem Preis ausgezeichnet wird, ist kein Irrtum und kein Scherz. Die BÜCHERGILDE GUTENBERG liefert besonders ausgestattete Bücher einerseits an seine Genossenschafts-Mitglieder, andererseits kooperiert sie mit dem Buchhandel – und gibt dort „echt Gas“, wie eine Buchhändlerin es formulierte. Hier wird ein altes Modell gründlich entstaubt – und das mit messbarem Erfolg: die GfK konnte eine signifikante Erhöhung der Penetration, der Käufer-Reichweite feststellen.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Der Sales Award Newcomer-Preis 2018 geht an

Alexander Elspass
Silvio Mohr-Schaaff

Büchergilde Gutenberg



SALES AWARD 2018

Der SALES AWARD Innovationspreis 2018

für eine zukunftsweisende verkäuferische Leistung,
der Schwerpunkt liegt auf dem strategischen Faktor



SALES AWARD 2018

Das Krimifest Tirol 2018

- 7 Tage
- 47 Events in Tirol
- 34 AutorInnen
- BesucherInnen: 3.800
- starke Partner und Kooperationen mit dem Buchhandel
- 3 Preise:
 - Österreichischer Krimipreis gestiftet von PEMA
 - Raiffeisen Jugend-Krimipreis
 - Krimifest-Aufenthaltsstipendium der Tiroler Tageszeitung

SALES AWARD 2018

Die Idee + die Strategie

- erstmals 2017
- Literatur mit Eventcharakter und in breitenwirksamer Inszenierung
- „Literatur zum Anfassen“:
viele schöne Begegnungen zwischen EndkundInnen und AutorInnen
- Austausch der AutorInnen untereinander
- ein FEST für die Kriminalliteratur in all ihrer Vielfalt

Vom Krimi lernen, heißt Leser gewinnen lernen

Stand: 22.10.2018 | Lesedauer: 11 Minuten



Von **Elmar Krekeler**
Redakteur Feuilleton



SALES AWARD 2018

Das Krimifest 2019

Ab 2019 wächst das Krimifest:

- Krimifest am Wörthersee: Kärnten
- Krimifest bei Thalia: Wien, Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark



SALES AWARD 2018

SALES AWARD Innovationspreis 2018

Markus Hatzler ist eines der wenigen Multitalente der Branche: 4-Fach-Verleger, Buchhändler und meinungsstarker Kommunikator von Branchenthemen. Jetzt kommt eine weitere Profession hinzu: Festival-Veranstalter. Innovativ ist das Konzept. Gemeinsam mit dem Autor Bernhard Aichner hat er mit dem in der Presse gefeierten Krimifest Tirol ein neues Geschäftsmodell entwickelt, dessen durchschlagende Wirkung auf Kooperation beruht. Erfunden wurde ein Modell, das kleineren Orten und Buchhandlungen die Durchführung eigener hochkarätiger Festivals als Partner ermöglicht.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Der Sales Award Innovations-Preis 2018 geht an

Markus Hatzler

Haymon Verlag

Bernhard Aichner

Autor und Veranstalter

Krimifest Tirol



SALES AWARD 2018

**Der SALES AWARD
Preis für E-Commerce 2018**

für eine überzeugende Online-Strategie

SALES AWARD 2018

M A R K U S H E I T Z
D O O R S

Ziel

Beginn einer ganz neuen Idee, mit dem Handel über Bücher und deren Vermarktung zu sprechen.

Gemeinsam innovative Lese-Konzepte über unterschiedlichste Kanäle zum Publikum zu bringen.

SALES AWARD 2018

Worum geht es bei DOORS

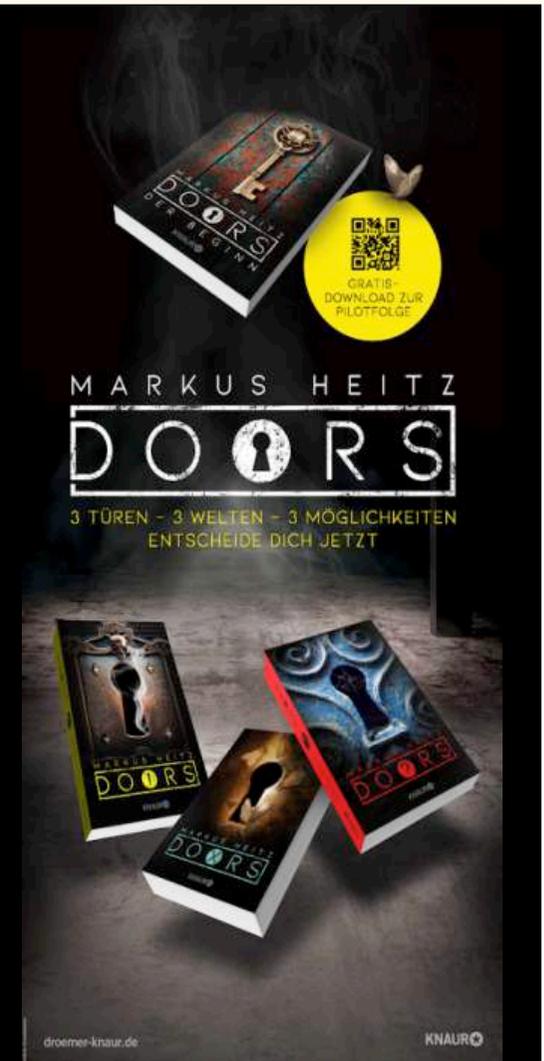
zwei Monate vor Erscheinen **digitale Gratis-Pilotfolge**
massiv Richtung Leser/in **via Handel** beworben.

→ umfangreichste Teaserkampagnen der
Verlagsgeschichte

→ maximaler Reichweitenaufbau

**Der Buchhandel ist zu jeder Zeit aktiver Teil dieser
Kampagne.**

Ziel: 2 Mio. potenzielle Leser der Pilotfolge



SALES AWARD 2018

M A R K U S H E I T Z
D O O R S

Strategische Erkenntnisse

- ausgebuchte Roadshow-Abende, anderer und neuer Gesprächsanlass
- DOORS wichtig für eBook-Verkäufe und -Quote
- Digitale und Print-Medien greifen ineinander und ergänzen sich
- Überraschungen auf Händlerseite was das Onlinemarketing betrifft.

SALES AWARD 2018

SALES AWARD Preis für E-Commerce 2018

Droemer-Knauer hat für das Doors-Buchprojekt eine Digital-Kampagne entwickelt, die mit viel Engagement den stationären Buchhandel eingebunden hat. Neuland wurde mit dem spielerischen Grundkonzept und der vorbildlichen Step-by-step-Anleitung für den Handel betreten. Resultat war nicht nur eine hervorragende Download-Quote der Leseprobe, sondern etwas anderes: viele Buchhändler beteiligten sich erstmals und zeitgleich an einer Online-Kampagne, die der Verlag individuell in der Reichweitengenerierung intensiv unterstützt hat.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Der Sales Award Preis für E-Commerce 2018 geht an:

Das DOORS Team

Markus Heitz (Autor)
Katherina Danner (Referentin Marketing)
Bettina Halstrick (Leitung Marketing)
Patricia Kessler (Teamleitung Presse)
Andreas Ländle (Verlagsleitung Digital)
Natalja Schmidt (Programmleitung Knaur)
Katharina Scholz (Key Account Manager)



SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Lobende Erwähnung 2018



Jólabókablóð – Die Bücherflut zur Weihnachtszeit

Adaption dieser Idee:

- Virtuelle Bücherflut im Social-Media-Bereich
- Veröffentlichung eines 100-seitigen Katalogs mit persönlichen Buchtipps von VerlegerInnen, BuchhändlerInnen, Autorinnen und Autoren, BloggerInnen
- Dieser Katalog erreichte bis dato mehr als 520.000 Impressions

SALES AWARD 2018



Twitter-Aktion #MurakamiLesen, an der sich niemand Geringeres als Fußball-Nationalspieler Mats Hummels beteiligte



SALES AWARD 2018



#DieWocheDerBücher

Tag 2 der DuMont-Instagram-Challenge:
Was ist dein liebster Bücher(kauf)ort?



dumontbuchverlag • Folgen

dumontbuchverlag Unsere erste Instagram-Challenge hat begonnen: #DieWocheDerBücher 📖

...

Dabei orientieren sich nicht nur die Tagesaufgaben an der bibliophilen Atmosphäre und Handlung unseres druckfrischen Romans »Das Mädchen, das in der Metro las«, sondern auch der **HAUPTGEWINN:**

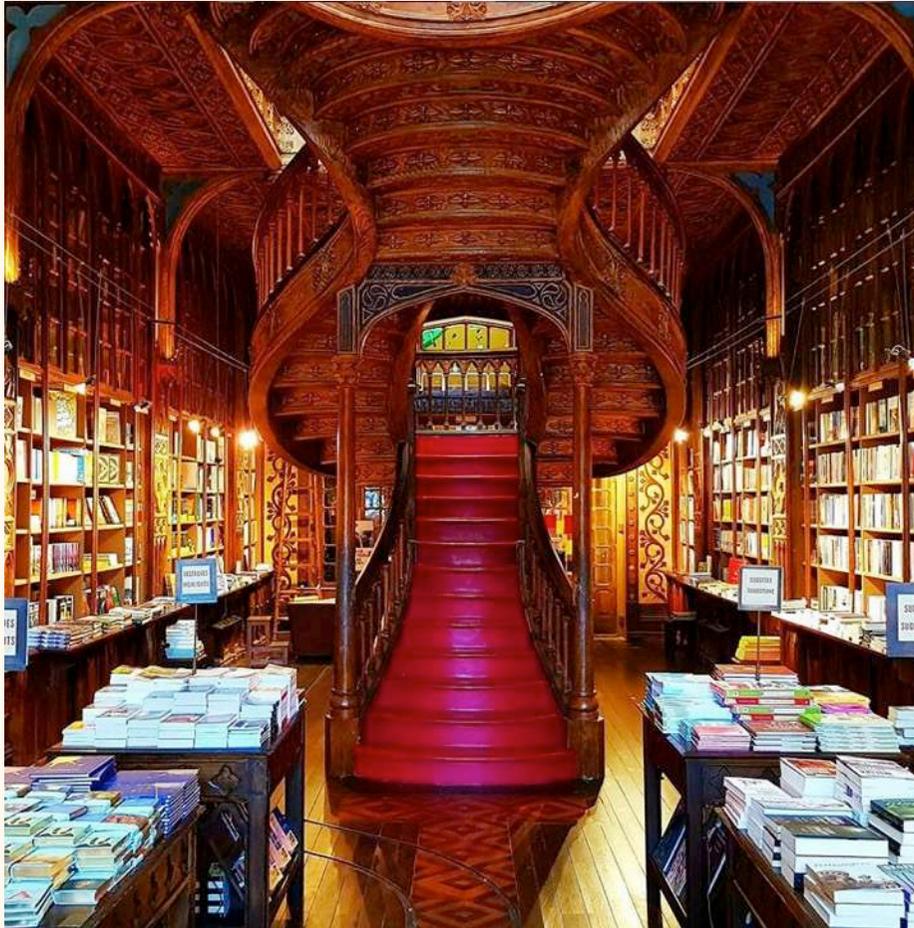
Frei nach dem Motto der Bücherboten aus diesem Buch (»Jedes Buch hat die Macht, ein Leben zu verändern«) verlosen wir unter allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern **EIN PERSÖNLICHES JAHRESABO AN BLIND-DATE-BÜCHERN VON DUMONT** (d.h.: ihr erhaltet im Falle des Falles monatlich ein DuMont-Buch ... und das für die Dauer eines Jahres). Wichtig hierbei: ihr müsst



Gefällt 359 Mal

28. MAI 2018

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren. ...



torstenwoywod • Folgen

Und damit wären wir auch beim Thema: Die Buchhandlung hat sich in der Zwischenzeit immens professionalisiert, was die Eigenvermarktung anbelangt – und wenn wir ehrlich sind, war das wohl auch unbedingt notwendig. Als ich vor etwas mehr als drei Jahren erstmals dort zu Besuch war, kam man jedenfalls noch kostenlos in die Buchhandlung – die Livraria war allerdings UNFASSBAR voll, wobei die Besucher fast ausschließlich Fotos machten und kaum jemand etwas kaufte.

Da eine Buchhandlung nun einmal ein Wirtschaftsunternehmen ist, hat man sich in der Zwischenzeit dazu entschieden, das allgemeine Interesse, das besteht, für sich zu nutzen. So gibt es in einer Seitenstraße und in einem benachbarten Gebäude eine Art Lello-Fanshop (Armazéns do Castelo), in dem man Eintrittskarten oder Merch der Buchhandlung kaufen kann. Wer in die



Gefällt 3.135 Mal

19. AUGUST 2018

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Torsten Woywod ist außerdem „in Buchhandlungen um die Welt gereist“. Daraus sind u.a. zwei Bücher und zwei Kalender entstanden

SALES AWARD 2018

Lobende Erwähnung geht an
Torsten Woywod



© Fotostudio Berns

SALES AWARD 2018

**Der SALES AWARD
Hauptpreis 2018**

SALES AWARD 2018

Nominiert für den Hauptpreis

(in alphabetischer Reihenfolge):

- Claudia Berg und Bärbel Waldeyer, Schmökerstube, Roßdorf
- Claudia Kleene, Bücherinsel, Dieburg
- Katrin Schmidt und Helen Hoff, Buchhandlung Lesezeichen, Germering
- Thomas Schmitz, schmitz. die buchhandlung, Essen
- Juliane Seyfarth, Artfolio
- Matthias Triebel, Vertriebsleiter Edition Fischer

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

Claudia Berg
Barbara Waldeyer

Schmökerstube, Roßdorf



SALES AWARD 2018

„Seid euch nicht Konkurrent – seid euch Inspiration“

Neben Lesungen und vielfältigen
Aktivitäten mit ortsansässigen Initiativen
und Vereinen **regelmäßiger Austausch
mit Kollegen aus fünf weiteren
inhabergeführten Buchhandlungen.**



Blick auf die Bedürfnisse der Kunden

„Unsere Kunden wollten nicht einen Laden, sondern einen **Treffpunkt, einen Ort für Austausch und Entschleunigung.** Wir sind unseren Kunden nähergekommen und damit auch an unserem eigenen Lieblingsort angekommen.“

SALES AWARD 2018

Bewegung ins Spiel

„Möchte man seinen Umsatz mit **Non-Book** verbessern (und das möchte man unbedingt) muss Bewegung ins Spiel. Wer hier nicht bereit ist, ständig nach neuen Trends Ausschau zu halten, wird zwangsläufig scheitern. Denn sind die Produkte erst einmal beim Discounter zu finden, ist der Drops gelutscht.“

„Mit unserem Café machen wir einen Jahresumsatz von ca. 15.000,- €

Mit Non Books erwirtschaften wir einen Jahresumsatz von ca. 80.000,-€

Wir konnten unseren Jahresumsatz 2018 um 11% auf 360.000,- € steigern“



SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Nominierung Hauptpreis 2018

Aus der Dorfkneipe „Schmuckerstube“ die „Schmöckerstube“ zu machen, klingt zunächst nicht originell. Was Claudia Berg und Barbara Waldeyer jedoch aus diesem vergleichsweise kleinen Laden gemacht haben, widerspricht eklatant allen Prognosen, die der Buchbranche gestellt werden. Anders formuliert: die konsequent durchgezogenen Konzepte zur Kunden-Aktivierung – ob Café, ob Concept Store, ob Veranstaltungen – grenzen in ihrer Wirkung an Zauberei. Beide zeigen, wie man in engem Schulterschluss mit den Kunden lustvoll Bedarf und Nachfrage nicht folgt, sondern schafft.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

**Claudia Kleene
und alle Insulaner**

Bücherinsel Dieburg



SALES AWARD 2018

Wir Insulaner

So stellt sich die Buchhandlung selbst vor

- „Die Bücherinsel ist eine Insel im Alltag. **Wir Insulaner** bieten unseren Gästen einen Raum für Literatur, Genuss, Kontakt, Entspannung und Lebensfreude.
- Die Bücherinsel befindet sich in Dieburg (16.000 Einwohner) und ist mit ca. 400 qm Verkaufsfläche eine der größten Kleinstadt-Buchhandlungen in Deutschland, zudem mit 1.529.397 € (brutto) wirtschaftlich sehr erfolgreich.
- Wir sind ein wirtschaftlich gesundes Unternehmen und haben Spaß am Verkaufen. Dies erlaubt uns über unseren buchhändlerischen Alltag hinaus, all die Dinge zu tun, die uns und unseren Kunden Freude bereiten.“

SALES AWARD 2018

Die Probleme, die Probleme...

Umwege erhöhen die Ortskenntnis; ein Spruch, der viele Jahre überm Schreibtisch hing.

- ein ziemlich übel riechender Innenhof nach 14 Tagen stationärem Hühnerhof im letzten Jahr (das war es wert!)
- abendliche Einschließen & Genießen-Gäste, die – ups – (erstmal) nicht wieder in die Freiheit entlassen wurden, weil der zuständige Insulaner auf dem Sofa eingeschlafen war

SALES AWARD 2018

Fazit

„Verkaufen hat in erster Linie etwas mit Emotionen zu tun!

- Was sollte man unbedingt:
neue kreative Ideen entwickeln, Kunden überraschen und immer daran denken, dass unsere Kunden kaufen möchten und dass eine oder am besten **zwei gut gefüllte Einkaufstaschen die höchste Form von Kundenbegeisterung** darstellen.“

SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Nominierung Hauptpreis 2018

Die Bücherinsel Dieburg scheint in einem Ozean der guten Laune zu liegen. Mit bemerkenswerten Folgen: mit 400 qm ist sie eine der größten Buchhandlungen in Kleinstädten, mit einem stattlichen Umsatz – und wie Claudia Kleene selbstbewusst betont: schönen Erträgen. Das Konzept lautet: Kunden permanent, also immer und ohne Ausnahme zu überraschen. Die Folge sind Superlative. „Einschließen & Genießen“ wird z.B. 400 Mal im Jahr verkauft, die ladeneigene „Flaschenpost“ bringen die „Insulaner“ im Herbst zum 100. Mal heraus. Eine „PianoBar“ bietet einmal im Monat ein Forum für Kunden: Gäste, die Selbstgebackenes mitbringen, eine der anwesenden Kundinnen singt eine Arie. Eine der spannendsten Buchhandlungen Deutschlands.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

Helen Hoff
Katrin Schmidt
Buchhandlung
LeseZeichen
Germering



Wir machen Germering lesenswert



SALES AWARD 2018

„Wir lieben es, unsere Kunden zu überraschen“

„Das Meerschweinchenorakel mit Ottilie“

Die meisten Klicks erzielte die Aktion zur Fußball WM 2018



Mit außergewöhnlichen Aktionen im Gespräch bleiben.

Und: Das **Non-Book-Angebot (ca. 15% unseres Sortiments)** gibt den Büchern im Geschäft immer wieder einen neuen Rahmen.

„Gerade Kinder werden von unserem breiten Non-Book-Angebot angelockt und legen in ihre Geburtstagskisten dann eben doch auch (mindestens) ein Buch.“

SALES AWARD 2018

WAS WIR NICHT (MEHR) TUN

- Wir planen keine Aktionen mehr, bei denen wir nicht zu 100% dahinter stehen, Glaubwürdigkeit ist ein Schlüssel zu unserem Erfolg.
- Kooperationen wollen wir nicht erzwingen, mag die Idee noch so gut sein. **Beide Partner müssen für die Idee brennen**, sonst geht der Schuss nach hinten los.

SALES AWARD 2018



SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Nominierung Hauptpreis 2018

Katrin Schmidt und Helen Hoff von LESEZEICHEN gelten in ihrer Region als Vernetzungs- und Netzwerk-Genies. Sie haben inzwischen den Ruf „schlafen nie“ erworben, da das Spektrum ihrer Aktionen den üblichen Rahmen in mehrerer Hinsicht sprengt. Ob die soziale Marketingaktion „Puzzeln für die Wasserwacht“, ob das intensive Bespielen der digitalen Kanäle, ob die Positionierung als politische Stimme des Standorts – in Germering ist etwas Erstaunliches gelungen: Literatur ist etwas über die Maßen lebendiges, unterschiedliche Institutionen verbindendes geworden. LESEZEICHEN, Claim „Wir machen Germering lesenswert“, wertet tatsächlich den Standort – von der Presse begeistert unterstützt – nachhaltig auf.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

Thomas Schmitz
schmitz. die buchhandlung



SALES AWARD 2018

Thomas Schmitz macht einiges anders

1. schmitzkatze

Seit mittlerweile **zehn Jahren** gibt es unser Lesemagazin. Edel gestaltet, wertig verarbeitet. Auflage: 5.000 Exemplare. Mittelweile – adaptiert– gibt es das Magazin unter anderen Namen für eine weitere Buchhandlung und einen Buchhandlungsverbund.



SALES AWARD 2018

Thomas Schmitz macht einiges anders

2. Kanon, Kochbuch und Konsorten

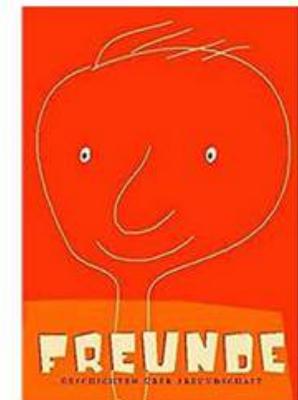
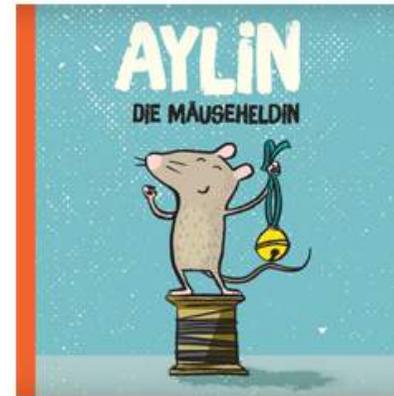
„Wir nehmen unsere Kunden mit und lassen sie an unserer Arbeit teilhaben.“

100 Kunden und Freunden der Buchhandlung haben einen *Literaturkanon* erstellt und anschließend ein schönes in Leinen gebundenes Buch daraus gemacht.

100 Kunden haben ein *Kochbuch* geschrieben. 100 Kunden. 100 Rezepte. 100 Geschichten.

„Alle Aktionen haben mindestens zwei Dinge gemeinsam: sie schaffen eine Gemeinschaft von eingeschworenen *Schmitzbuch*-Freunden und sie rechnen sich.“

SALES AWARD 2018



SALES AWARD 2018

Thomas Schmitz macht einiges anders

3. Kilifü

Erster *Kinderbuchalmanach* in Deutschland.

„Das Know-how einen solchen Führer herauszubringen hatten wir schon lange, die gestalterischen Möglichkeiten auch.

Das Projekt war nur einfach so gewaltig, dass eine Auflage von für uns ausreichenden 5.000 Exemplaren nicht zu finanzieren gewesen wäre.“



SALES AWARD 2018

Thomas Schmitz macht einiges anders

4. Kooperationen

Aus dem *Werdener Kanon der Literatur* wurden ein Jahr später zwanzig weitere Bände.

Es gibt einen *Sylter Kanon*, einen *Ravensburger*, einen *in Berlin*, einen *in Aachen und und*. Ein weiteres Jahr später kamen noch einmal *zehn Kanon-Ausgaben von weiteren zehn Buchhandlungen* in Deutschland dazu.

„Wir bieten unseren Kollegen an, unsere Idee übernehmen zu dürfen und mit unserer Hilfe in Ihrer Stadt einen Medien-wirksamen und lukrativen Schreibanlass schaffen.“





BUCHMARKT ≡ FORUM®

**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**
Bayern



SALES AWARD 2018

Tipps? Tricks?

„Wahrscheinlich nicht. Schließlich möchten wir niemanden nötigen“

„Nur so viel:

Wenn wir eine neue Aktion in Angriff nehmen, denken wir zuerst über die **Sinnhaftigkeit** nach. Ist die Aktion gut, nachhaltig, macht sie Sinn und Spaß?

Erst im zweiten Schritt überlegen wir, ob sie sich wirtschaftlich rechnet.
Nie umgekehrt.

Sobald wir merken, dass wir mit unseren Möglichkeiten an unsere Grenzen stoßen, lassen wir **Profis** ran.

Ungefähr 90 Prozent unseres Werbebudgets (finanziell wie personell) verwenden wir für **bestehende Kunden**. Die sollen zufrieden sein, sich dazugehörig fühlen.“

SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Nominierung Hauptpreis 2018

Thomas Schmitz ist als Buchhändler einzigartig. Er ist der einzige, der eine eigene Agentur hat – und er ist Erfinder von Konzepten mit einzigartiger verkäuferischer Durchschlagskraft. Seine Ideen teilt er mit anderen Sortimentern – aus Prinzip. Ob die Kunden-Zeitschrift *schmitzkatze*, ob der Kinderbuchalmanach *Kilifü*, ob die Idee, mit Kunden einen *Kanon der Literatur* in Buchform zu publizieren – immer denkt und handelt Thomas Schmitz in Kooperationen. Seine Aktivitäten haben Vorbildcharakter – auch über die Buchbranche. Sie basieren auf zwei Prinzipien: Erhöhung der Relevanz. Und Stärkung der Gemeinschaft vor Ort.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

Juliane Seyfarth-Schäfer
Vertriebsbüro Seyfarth



SALES AWARD 2018

Das Selbstverständnis von Vertriebsbüro Seyfarth

- Sparringpartner & Berater für die Verlagspartner zu allen relevanten Vertriebs- & Marketingfragen, für die Programmstrategien & Titelformulierung unter dem Aspekt der besseren Verkäuflichkeit andererseits
- Impulsgeber für den Handel
- Blick über den Tellerrand in angrenzende Marketing- & Vertriebs-Bereiche wie Suchmaschinenoptimierung/Onlinemarketing und Social Media

SALES AWARD 2018

Die (stetige Weiter-)Entwicklung der artfolio Kooperation

- 2007 als Idee der Vertriebskooperation im Lifestyle-Bereich gestartet, ist die Kooperation mittlerweile relevanter Partner für den Handel.
- 7 Verlagspartner (davon 2 Gründungsmitglieder) ars vivendi, AT, Becker Joest Volk, Brandstätter, Löwenzahn, LV.Buch & Umschau
- Das beweist die Steigerung der Verlags-Umsätze in den letzten Jahren und der Platz 3 im Kochbuch.
- Außerdem: Premium-Anbieter mit Topsellern mit einem vom Handel immer wieder gewünschten attraktiven Preisniveau (Durchschnittspreis von 25,90 € liegt deutlich über Marktschnitt von 16,58 €*)

* Quelle: MC, Umsatz 2018 gesamt, D-A-CH, WG 450

SALES AWARD 2018

Das gehört auch hier her

- „Das Jahr 2018 war für mich persönlich stark von Veränderungen geprägt, denn ich wurde Mutter
 - Dank der wunderbaren Unterstützung meines Mannes, meiner 3 Kolleginnen und nicht zuletzt aller Verlagspartner des gesamten Vertriebsbüros (artfolio, Weight Watchers, Readers Digest, Edeka) während der Zeit meines Mutterschutzes und bis heute, habe ich die Chance das viel diskutierte und für unsere Gesellschaft so wichtige Thema der ‚**Vereinbarkeit von Beruf und Familie**‘ erfolgreich zu leben und artfolio gleichzeitig weiter voran zu bringen.
 - Damit möchte ich vielen Frauen in unserer Branche ein Beispiel sein und Mut machen.“

SALES AWARD 2018

SALES AWARD

Nominierung Hauptpreis 2018

Inhabergeführte Verlage haben einen zentralen Vertriebs-Engpass: Marktzugang und konstante Programmplatzierungen. Das Kooperationskonzept von artfolio bietet genau hier die richtige Lösung und hat sich deshalb durchgesetzt. Juliane Seyfahrt gelang in den letzten Jahren eine konstante Steigerung der Verlags-Umsätze, der Platz 3 im Kochbuch*, sowie eine Platzierung als Premium-Anbieter mit Topsellern auf überdurchschnittlich hohem Preisniveau. Der Clou dabei ist die Abstimmung der Produkt- wie Markt-Strategie der kooperierenden Verlage. Dass Juliane Seyfahrt-Schäfer 2018 auch privat Außergewöhnliches leistete, soll erwähnt werden.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Nominierung Hauptpreis

Matthias Triebel
Edition Michael Fischer



SALES AWARD 2018

Wachstum

Die Edition Michael Fischer wird 2019 30 Jahre alt. Jean-Michel Fischer war seit 2006 zunächst im Vertrieb tätig, 2014 übernahm er die unternehmerische Verantwortung der EMF

Matthias Triebel ist seit März 2014 Vertriebsleiter – und für den vertrieblichen Neustart des Verlags zuständig. **Und der war umfassend:** Auslieferungswechsel, Aufbau neuer Kundenbeziehungen, Installierung eines Vertriebscontrolling.

Kaum ein Verlag hat beim Programm-Aufbau so Gas gegeben wie EMF.

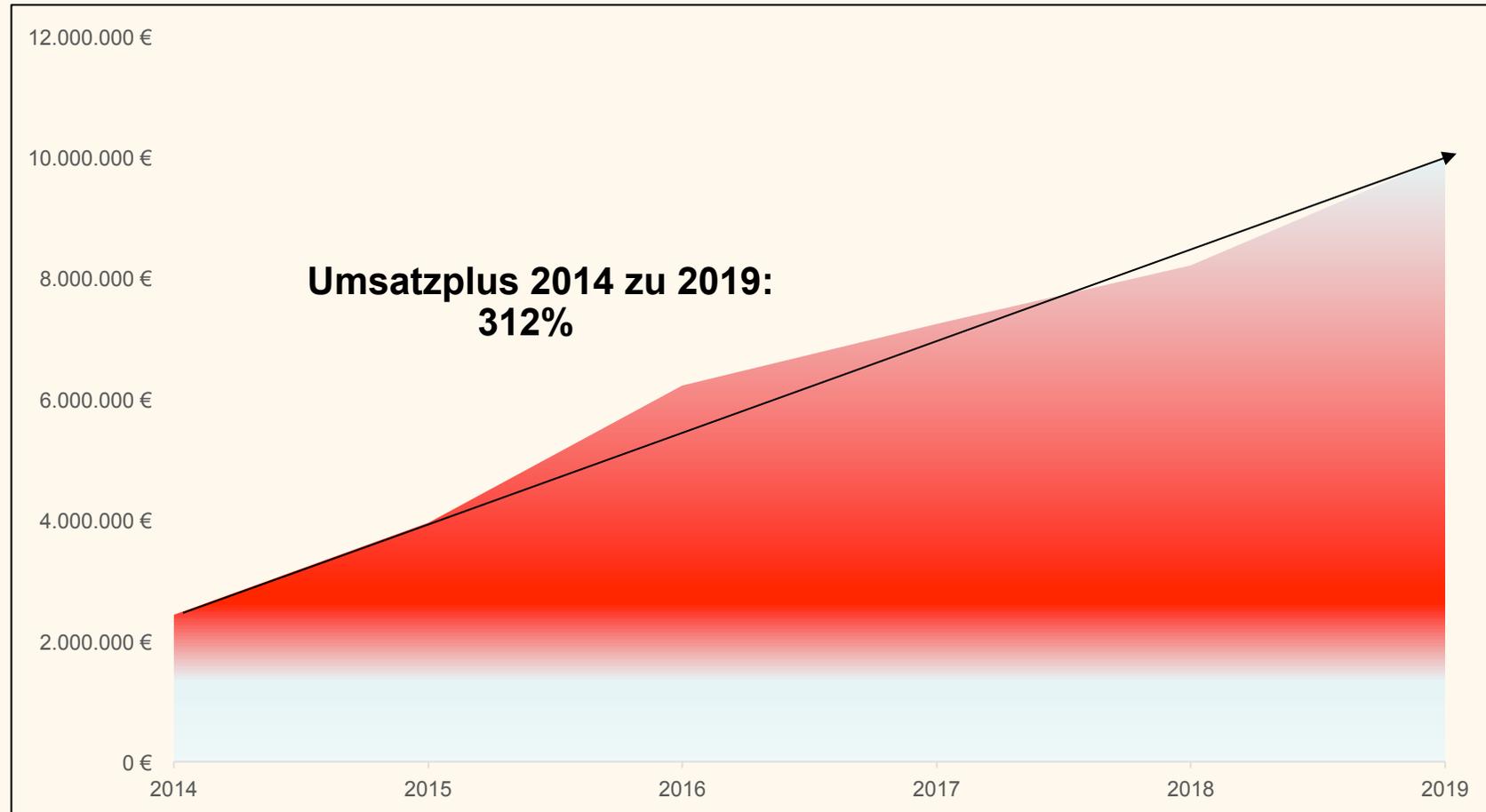
SALES AWARD 2018

Erfolge

- Die Erfolgsgeschichte von EMF ist außergewöhnlich und wird auch außerhalb der Branche wahrgenommen. 2017 schaffte es der Verlag z.B. auf die **Deloitte-Liste der 50 schnellstwachsenden Unternehmen in Deutschland**.
- Neben Erfolgen wie der Ausmalserie „Farbe rein – Stress raus!“ mit über 1 Mio verkaufte Exemplare ist der Erfolg des Verlags in neu bearbeiteten Segmenten wie z.B. Kochen beachtlich.
- Bestseller-Platzierung „Das einfachste Kochbuch der Welt“ bedeutet: Launch der Warengruppe mit durchschlagendem Erfolg. Die EMF ist derzeit die Nr. 8 im Bereich Kochbuch nach Media Control Deutschland

SALES AWARD 2018

Darstellung der Leistung – Umsatzentwicklung EMF 2014 – 2019 (Planzahl)



SALES AWARD 2018

Immer wieder emotional
die EMF unter den Top 5 der
Ratgeber-Verlage.

- EMF ist im aktuell sinkenden Marktumfeld (-5%) der einzige familiengeführte Verlag, der zweistellig wächst.

mediaCONTROL

Verlage	#	Vergleichszeitraum - Kalenderwoche von 01/2017 bis 52/2017 Anteil am Markt @ Preis	#	Zeitraum - Kalenderwoche von 01/2018 bis 52/2018 Anteil am Markt @ Preis	Differenz
Summe	-	245.062.790,12 € 13,47 %	-	233.661.444,33 € 13,68 %	-12.001.345,79 € -4,89 %
GRÄFE UND UNZER	1	32.823.066,00 € 13,36 % 15,14 €	1	27.618.069,67 € 11,82 % 14,97 €	-5.204.997,93 € -15,80 %
FRECH	2	18.242.989,08 € 7,43 % 13,55 €	2	17.654.775,09 € 7,56 % 13,42 €	-588.193,99 € -3,22 %
DORLING KINDERSLEY	3	17.262.472,43 € 7,03 % 18,95 €	3	17.237.601,39 € 7,38 % 20,94 €	-24.871,05 € -0,14 %
EDITION MICHAEL FISCHER / EMF VERLAG	5	8.090.540,39 € 3,29 % 15,40 €	4	9.174.490,09 € 3,93 % 14,81 €	1.083.949,70 € 13,40 %
RIVA	6	7.374.267,13 € 3,00 % 17,42 €	5	8.180.101,97 € 3,50 % 17,67 €	805.834,83 € 10,93 %
ZS VERLAG	4	8.998.713,02 € 3,66 % 17,50 €	6	7.992.428,84 € 3,42 % 18,19 €	-1.006.284,18 € -11,18 %
BECKER JOEST VOLK VERLAG	7	6.011.621,04 € 2,45 % 26,74 €	7	5.418.357,65 € 2,32 % 25,49 €	-593.263,38 € -9,87 %
USBORNE	12	4.017.922,12 € 1,64 % 7,09 €	8	4.582.419,47 € 1,95 % 7,16 €	564.497,35 € 14,05 %
VERLAG EUGEN ULMER	16	3.550.288,13 € 1,45 % 19,90 €	9	3.821.616,85 € 1,64 % 20,64 €	271.328,71 € 7,64 %

© media control GmbH Gedruckt am 04.01.2019 um 14:50 Uhr Seite 1 von 11

SALES AWARD 2018

SALES AWARD Nominierung Hauptpreis 2018

EMF, die Edition Michael Fischer ist einer der Verlage mit dem schnellstwachsenden Programm. Matthias Triebel hat diesen Erfolg vertrieblich gemanagt – mit erstaunlichen Wachstumsraten: sollte die Planung für 2019 aufgehen, wäre der Verlag seit 2014 um über 300 % auf über 10 Mio. gewachsen. Eine besondere Leistung ist es, vertrieblich immer wieder neue Warengruppen anzudocken. 2015: Kochbuch, 2016: Garten, 2017: Fitness, 2018: Papeterie und Nonbooks, 2. HJ 2019: Sachbuch.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Der SALES AWARD Hauptpreis 2018

... and the Winner is

SALES AWARD 2018

Hauptpreis VERLAG

Juliane Seyfarth-Schäfer
Vertriebsbüro Seyfarth



SALES AWARD 2018

Hauptpreis **BUCHHANDEL**

Thomas Schmitz

schmitz. die buchhandlung



SALES AWARD 2018

Der SALES AWARD Sonderpreis 2018

für eine besondere, preiswürdige Leistung

SALES AWARD 2018

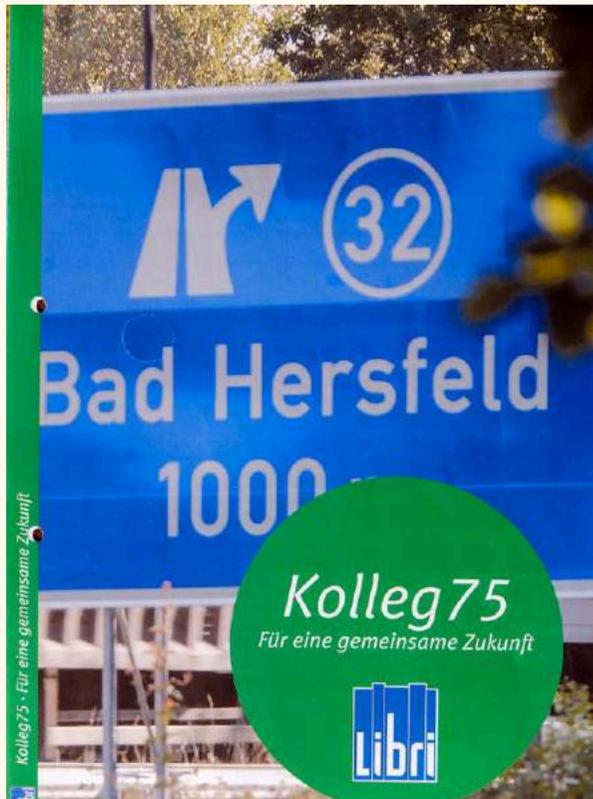


Wie befreit man sich selbst aus dem Sumpf?

„Die Leute sollten es cool finden, hier einzukaufen. Ich habe mir gesagt, mach jetzt mal, was man nicht von dir erwartet.“ Verena Keller, Buchhandlung Böttger in Mannh.

SALES AWARD 2018

15 Jahre Libri.Campus: Wie alles anfing.



Libri Kolleg 75: Zum 75-jährigen Libri-Jubiläum hat die damalige Marketingleiterin, Annerose Beurich, die erste **Konferenz für eine gemeinsam Zukunft** ins Leben gerufen.

In 15 Jahren hat sich der **Libri.Campus** zur **größten Fortbildungsveranstaltung des inhabergeführten Buchhandels** entwickelt und gehört zu Libri wie die graue Wanne.

SALES AWARD 2018

A photograph of several large, white icebergs floating in a clear blue ocean under a bright blue sky. The water is a deep blue-green color. The icebergs are of various shapes, some with sharp peaks and others more rounded. The scene is captured from a low angle, emphasizing the scale of the icebergs.

**Beim Libri.Campus wird tief gebohrt, bis es wehtut.
Aber: Es hat nie jemand gejammert!**

SALES AWARD 2018



„Ich dachte, Sie verkaufen Geschichten?

Was ich hier sehe sind Schweinebauchhälften!“

Wolfgang Gruschwitz, Visionär im Bereich Retail Design

SALES AWARD 2018



**„Mach den Aufenthaltsraum deiner Mitarbeiter so schön,
dass sie gerne früher kommen!“**

Bernhard Bründl, bründl sports

SALES AWARD 2018

**Der Libri.Campus-Spirit wird von
vielen tollen Menschen getragen!**



BUCHMARKT ≡ **FORUM**®

**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**
Bayern 

SALES AWARD 2018

Wie geht's weiter? Auch Libri macht einfach mal!

Nach dem BookLab ist vor dem Libri.Campus^{live}



SALES AWARD 2018

SALES AWARD Sonderpreis 2018

Die SALES AWARD Jury hebt auch 2018 mit dem Sonderpreis eine branchenüberspannende Initiative hervor, die im Kontext der Medienmärkte einzigartig ist. Libri fördert mit dem Libri.Campus seit 15 Jahren gezielt die Konkurrenzfähigkeit und Innovationskraft von Independent Buchhändler. Das in dieser Form einzigartige Format setzt auf Interaktion und persönliche Weiterentwicklung statt auf pure Schulung. Von Annerose Beurich erfunden, von Bertram Pfister seit 2003 und später von Franziska Hampel begleitet, haben in 51 Konferenzen über 5.000 Independent Sortimenter kostenlos teilgenommen.

Aus der Begründung der SALES AWARD Jury

SALES AWARD 2018

Der Sales Award Sonderpreis 2018 geht an

Bertram Pfister
Franziska Hampel

stellvertretend
für das Libri-Team



SALES AWARD 2018

16. SALES AWARD 2018