



Seminare 2011

Praxis-Know-how für die Buchbranche

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder,

um sich den derzeitigen Herausforderungen in der Verlags- und Buchhandelswelt erfolgreich zu stellen, ist es unerlässlich, sein Wissen kontinuierlich auf dem neuesten Stand zu halten. Deshalb setzt unser praxisorientiertes Seminarangebot neue Impulse, die Sie für Ihr Unternehmen nutzen können.

Unsere branchenerprobten ReferentInnen helfen Ihnen, die Gegenwart im täglichen Geschäft aktiv zu gestalten und bereiten Sie auf zukünftige Entwicklungen vor, damit Sie erfolgreich am Markt agieren können.

Ihr Landesverband bietet Seminare sowohl für Ein- und UmsteigerInnen als auch für Routiniers und InhaberInnen in Buchhandlungen und Verlagen. Unser Seminarangebot überarbeiten wir ständig, ergänzen es und berücksichtigen Ihre Wünsche.

Neu für KollegInnen aus dem Buchhandel

- + E-Books im Sortiment - eine praxisnahe Einführung
- + Nonbooks beleben Bücher
- + Local-Marketing im Buchhandel: erfolgreich und praxisnah

Neu für KollegInnen aus Verlagen

- + Zielgruppenorientierung für Produktmanager
- + Strategien für Internet und Social Media
- + Personalentwicklung für Verlage und Buchhandlungen

Haben Sie im Programm Seminare für sich entdeckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Anmeldung. Bei Fragen und Anregungen können Sie uns selbstverständlich schreiben, mailen oder einfach direkt anrufen. Wir freuen uns auf Sie.

Mit herzlichen Grüßen



Irena Schottner
Referentin für Aus- und Fortbildung



Seminare für Buchhandlungen

Impressum

- + Herausgeber: Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern Service GmbH, Literaturhaus, Salvatorplatz 1, 80333 München, HRB 165732, Geschäftsführer: Dr. Klaus Beckschulte
- + ViSdP.: Dr. Klaus Beckschulte
- + Gestaltung: Grafikhaus München
- + Satz: krohn + weigert, Köln
- + Druck und Verarbeitung: Gebrüder Geiselberger GmbH, Altötting

Veranstaltung	Datum	Seite
Basiswissen Buchhandel		
+ Basiswissen Buchhandel	23. 7.2011	9
Buchbesprechungstage		
+ Buchbesprechungstage: Belletristik und Sachbuch	23.10.2011 und 30.10.2011	10
+ Buchbesprechungstage: Kinder- und Jugendbuch	5.11.2011 und 6.11.2011	11
Buchhändlerische Praxis		
+ E-Books im Sortiment – eine praxisnahe Einführung	2. 2.2011	12
+ Der Kunde ist Gast	24. 2.2011	13
+ Digitale Spiele im Buchhandel	29. 3.2011	14
+ Mehr Erfolg mit Newslettern	24. 5.2011	15
+ Firmenkundengeschäft – lokale und regionale Potenziale nutzen	6. 7.2011	16
+ Nonbooks beleben Bücher	10. 7.2011	17
Führung einer Buchhandlung		
+ Personalentwicklung für Verlage und Buchhandlungen	6. 4.2011	27
+ So werden wir ein Dreamteam!	1. 2.2011	18
+ Recht im buchhändlerischen Alltag – Wettbewerbsrechtliche Vorschriften	25. 5.2011	19
+ Facelifting für Buchhandlungen	29. 6.2011	20
+ Local-Marketing im Buchhandel: erfolgreich und praxisnah	5.10.2011	21
Prüfungsvorbereitung		
+ Prüfungsvorbereitung für Auszubildende: Der »Fitmacher« vor der Prüfung	15. bis 17. 4.2011 und 11. bis 13.11.2011	22

Seminare für Verlage

Veranstaltung	Datum	Seite
Basiswissen		
+ Basiswissen Buchverlag – Teil 1	14. 11.2011	25
+ Basiswissen Buchverlag – Teil 2	15. 11.2011	26
Betriebswirtschaft		
+ Personalentwicklung für Verlage und Buchhandlungen	6. 4.2011	27
Herstellung / Produktion		
+ Praxiswissen Print und Produktion	26.10.2011	28
+ Produktion von E-Books	30. 6.2011	29
+ Buchcover erfolgreich gestalten	21. 7.2011	30
+ Vom Buch zum digitalen Produkt	27. 9.2011	31
Lektorat		
+ Arbeit an Texten und mit AutorInnen – Grundlagen für die Lektoratsarbeit	29. 9.2011	32
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit		
+ PR im Internet	8. 2.2011	33
+ Grundlagen Verlags-PR	8.12.2011	34
Rechte / Lizenzen		
+ Recht im Verlag: Elektronisches Publizieren	3. 3. 2011	35
+ Lizenzverkauf im Verlagsgeschäft – Ein Grundlagenseminar	12. 4. 2011	36
+ Recht im Verlag: Grundlagen – Urheberrecht und Verlagsverträge	19. 7. 2011	37
+ Rechtliche Fallstricke bei der Pressearbeit – Online-PR	15. 9. 2011	38
+ Recht im Verlag: Bildrechte	23.11.2011	39

Seminare für Verlage

Veranstaltung	Datum	Seite
Texten		
+ Schreiben mit AIDA & CO: Das Handwerkszeug für professionelle Marketingtexte	19. 5. 2011	40
Vertrieb / Marketing		
+ MarketingPraxis – Wie Sie Ihr strategisches und operatives Marketing unter einen Hut bekommen	23. 3.2011	41
+ Industriegeschäft: Chancen und Risiken	4. 5.2011	42
+ Strategien für Internet und Social Media	5. 5.2011	43
+ Die digitale Vorschau	10. 5.2011	44
+ Zielgruppenorientierung für ProduktmanagerInnen	17. 5.2011	45
+ Low Budget Marketing – Gezielt werben mit kleinen Budgets	28. 6.2011	46
+ Professionelle Backlistverwertung	27.10.2011	47
ReferentInnen		
Allgemeine Hinweise		56
Terminübersicht		58
Anmeldeformular		62

Brigitte Kahnwald Basiswissen Buchhandel

**Zielgruppe**

MitarbeiterInnen in Buchverkaufsstellen oder Buchabteilungen der Warenhäuser, Aushilfskräfte im Sortimentsbuchhandel, SeiteneinsteigerInnen

Seminarziel

Das Seminar vermittelt Ihnen als Neu- oder SeiteneinsteigerIn in den Buchhandel das nötige buchhändlerische Grundwissen. Das praxisorientierte Seminar ermöglicht Ihnen einen reibungslosen Einstieg und eine erfolgreiche Arbeit im Sortimentsbuchhandel.

Programm

- + Formen des Buchhandels
- + Gegenstände des Buchhandels
- + Beschaffungsquellen, Bezugsformen, Einkauf und Lagerhaltung
- + Der Ladenpreis (Zusammensetzung, Preisbindung, Kalkulation)
- + Die Warengruppen im Buchhandel
- + Bibliografische Datenbanken und Hilfsmittel; Recherche
- + Dienstleistungen des Sortimentsbuchhandels
- + Umgang mit KundInnen

Referentin

Brigitte Kahnwald ist ausgebildete Buchhändlerin und verfügt über viele Jahre Berufspraxis. Seit 1996 unterrichtet sie Buchhandels-Azubis in der Medienberufsschule in München.

Termin

Samstag, 23. Juli 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 179,-
Für Nichtmitglieder € 219,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

8. Juli 2011

Christel Freitag, Wolfgang Niess Buchbesprechungstage: Belletristik und Sachbuch



Zielgruppe

Alle, die sich für die Neuerscheinungen deutschsprachiger Verlage im Bereich Belletristik und Sachbuch interessieren

Seminarziel

Das Seminar bietet Ihnen die Gelegenheit, sich über die wichtigsten Novitäten im Bereich Belletristik und Sachbuch zu informieren. Durch die Beschreibung und kritische Bewertung der Buchinhalte werden Ihnen Anregungen für Verkaufs- und Beratungsgespräche gegeben. Die Informationen über die einzelnen Bücher dienen Ihnen aber auch als praktische Entscheidungshilfe für den Einkauf.

Programm

Zwei kompetente RedakteurInnen besprechen ausführlich ca. 40 Neuerscheinungen des Jahres 2011. Gekonnt spielen sich die ReferentInnen dabei die Argumente – Pro und Kontra – zu und führen so auf unterhaltsame Weise durch die immer stärker wachsende Novitätenvielfalt. Die einzelnen Titel werden ausführlich beschrieben und fachlich bzw. literarisch bewertet.

ReferentInnen

- + Christel Freitag arbeitet als Redakteurin bei SWR Kultur in Tübingen.
- + Wolfgang Niess ist leitender Redakteur beim SWR Fernsehen Stuttgart.

Termine

- München:
Sonntag, 23. Oktober 2011
von 11:00 bis 15:00 Uhr
- Nürnberg:
Sonntag, 30. Oktober 2011
von 11:00 bis 15:00 Uhr

Gebühren

- Für Mitglieder € 40,-
Für Nichtmitglieder € 50,-

Seminarorte

- Literaturhaus München
Nürnberg: Presseclub

Anmeldeschluss

7. Oktober 2011

Dr. Roswitha Budeus-Budde, Hilde Elisabeth Menzel, Ulrike Schultheis Buchbesprechungstage: Kinder- und Jugendbuch



Zielgruppe

Alle, die sich für die aktuellen Neuerscheinungen deutschsprachiger Kinder- und Jugendbuch-Verlage interessieren

Seminarziel

Die Veranstaltung bietet Ihnen die Gelegenheit, sich über die wichtigsten Novitäten im Bereich Kinder- und Jugendbuch zu informieren. Dabei werden die ausgewählten Titel in verschiedene Themenbereiche gegliedert. Die Beschreibung und kritische Bewertung der Buchinhalte gibt Ihnen Anregungen für Verkaufs- und Beratungsgespräche. Zusätzlich erhalten Sie als Hilfe für den Bucheinkauf und -verkauf eine umfangreiche, annotierte Titelliste.

Programm

Die ReferentInnen stellen auf kompetente und unterhaltsame Weise in Kurzform ca. 100 Novitäten des Jahres 2011 aus dem Bilder-, Kinder- und Jugendbuchbereich vor. Darüber hinaus geben sie Anregungen für Verkaufsgespräche. Die einzelnen Titel werden ausführlich beschrieben und fachlich bzw. literarisch bewertet.

ReferentInnen

- + Dr. Roswitha Budeus-Budde arbeitet bei der Süddeutschen Zeitung.
- + Hilde Elisabeth Menzel ist freie Rezensentin.
- + Ulrike Schultheis ist Inhaberin der Bücherjolle in Starnberg.

Termine

- Nürnberg:
Samstag, 5. November 2011
von 14:00 bis 18:30 Uhr
- München:
Sonntag, 6. November 2011
von 10:00 bis 14:30 Uhr

Gebühren

- Für Mitglieder € 40,-
Für Nichtmitglieder € 50,-

Seminarorte

- Literaturhaus München
Nürnberg: Presseclub

Anmeldeschluss

21. Oktober 2011

Christian Baumert, Heike Grümmer E-Books im Sortiment – eine praxisnahe Einführung

neu



Zielgruppe

Inhabergeführte kleine und mittlere Sortimente, die das Thema E-Book verstärkt in ihre Geschäftsstrategie einbeziehen wollen

Seminarziel

Eingeführt wird in das Thema E-Book als Chance für den stationären Buchhandel. Gefragt wird nach den Möglichkeiten für Buchhändler sich an diesem neuen Marktsegment zu beteiligen. Welche strategischen, organisatorischen und finanziellen Maßnahmen sind dafür zu ergreifen? Der Schwerpunkt des Seminars liegt neben der Vorstellung ausgewählter Lesegeräte und unterschiedlicher Anbieterplattformen vor allem im Berichten aus der Praxis. Auch die Themen Kundenbindung, Kundenakquise und Werbemaßnahmen im Sortimentsgeschäft werden thematisiert.

Programm

Einführung

- + Auch ein E-Book ist ein Buch – nur worin besteht der Unterschied?
- + E-Book im stationären Buchhandel – warum?
- + Welche Potentiale können sich öffnen?

Anwendungsorientierte Vorstellung ausgewählter Anbieterplattformen

- + Libri, KNV, Ciando, Libreka

Vorstellung ausgewählter Lesegeräte

- + anbieteneutrale Geräte
- + anbieterimmanente Geräte

Werbemaßnahmen für das Sortiment

- + Werbung über die Anbieter der Hard- und Software
- + eigene Werbung

ReferenInnen

- + Christian Baumert studierte in Leipzig und Paris Germanistik. Er arbeitet seitdem als Buchhändler in der Buchhandlung Grümmer und der Messebuchhandlung in Leipzig.
- + Heike Grümmer studierte in Leipzig Buchhandel und Verlagswesen. Sie gründete 1991 die Buchhandlung Grümmer und ist Mitgesellschafterin der Leipziger Messebuchhandlung GbR.

Termin

Mittwoch, 2. Februar 2011
von 14:00 bis 18:00 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 109,-
Für Nichtmitglieder € 149,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

20. Januar 2011

Jörg Winter Der Kunde ist Gast



Zielgruppe

Sowohl MitarbeiterInnen als auch Führungskräfte im Buchhandel

Seminarziel

Im Seminar lernen Sie, wie Sie sich Ihren Kunden gegenüber als aktiver Gastgeber verhalten. Im Training erarbeiten Sie einen praktischen Leitfaden für kundenorientierte Beratungsgespräche. Außerdem erhalten Sie einen vollständigen Katalog von Gesprächstechniken, um Ihre Kunden in vielfältigen Alltagssituationen bestmöglich zu betreuen: beginnend von der Kontaktaufnahme über Beratungsgespräche bis hin zu Zusatzverkäufen. Die im Seminar präsentierten Beispiele und herausgearbeiteten Impulse können Sie direkt in die Praxis umsetzen.

Programm

- + Kunden wahrnehmen: Was ist konkret zu tun?
- + Kunden richtig ansprechen
- + Kundengespräche auf den Punkt bringen
- + Verhalten in Grenzsituationen: Was tun bei Überlastung?
- + Kundengespräch mit Sachverstand und Kompetenz
- + Selbstmotivation im Verkaufsalltag
- + Sich auf Kunden einstellen – die richtigen Fragen stellen
- + Mit hohen Preisen souverän umgehen
- + Reklamationen und Beschwerden professionell lösen
- + Gelassen bleiben unter Stress

Referent

Jörg Winter, Diplom-Kaufmann, ist seit 1984 als Unternehmensberater und Trainer aktiv. Sein Kerngeschäft besteht aus den Bausteinen Positionierungs-Workshops, Verkaufsseminare, Einkaufstrainings, Führungstrainings für Vorgesetzte. Außerdem ist er Autor eines Sachbuchs zum Thema „Verkauf“.

Termin

Donnerstag, 24. Februar 2011
9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

10. Februar 2011

Digitale Spiele im Buchhandel

neu

Zielgruppe

Inhabergeführte kleine und mittlere Sortimente, die das Thema Spiele in ihre Geschäftsstrategie einbeziehen wollen

Seminarziel

Kultur – Games – Bildung – Welche Rolle spielt das Massenmedium der digitalen Spiele für den Buchhändler? Im Einführungsvortrag erhalten die Teilnehmenden einen Überblick über Berufsbilder, Märkte und Player der Spielebranche. In weiteren Vorträgen werden Anknüpfungspunkte zwischen Buchhandel, Verlagen und Spieleindustrie vorgestellt. Nicht zuletzt erfahren Sortimenter, wie sie Games in ihrer Buchhandlung präsentieren können und welche Umsatzpotenziale sie bieten.

Programm

„Einführung in die Welt der digitalen Spiele“

- + Vortrag: Einführung in Videospiele
- + Vortrag: Medienalltag von Kindern und Jugendlichen
- + Praxis Videospiele – Ausprobieren von Nintendo DS und Wii
- + Diskussion

„Digitale Spiele im Buchhandel“

- + Digitale Lemspiele: Erfahrungsbericht eines Bildungsverlegers
- + Digitale Spiele im Buchhandel: Erfahrungsberichte von BuchhändlerInnen
- + Welcher Vertriebsweg ist für digitale Spiele optimal? (Digitaler vs. Stationärer Vertrieb)
- + Vortrag: Chancen des Buchhandels
- + Diskussion

Moderierter Workshop zu Chancen und Risiken von digitalen Spielen im Buchhandel



Moderation

Christiane Goebel

Referenten

Gastreferenten der Buchbranche

Termin

Dienstag, 29. März 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 40,-
Für Nichtmitglieder € 50,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

15. März 2011

Das Seminar findet in Kooperation mit Nintendo statt.

Ulla Herold

Mehr Erfolg mit Newslettern

Von der Adressgewinnung über die optimale Gestaltung bis zur Erfolgskontrolle



Referentin

Ulla Herold, M.A. Master of Arts
Erwachsenenpädagogik und
Dipl.-Betriebswirtin, ist gelernte
Buchhändlerin und seit 1998
Referentin, Coach und Beraterin
für Online-Marketing.

Termin

Dienstag, 24. Mai 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

10. Mai 2011

Zielgruppe

Interessierte in Buchhandel und Verlagen, die einen Newsletter entwickeln möchten oder ihren Newsletter optimieren wollen

Seminarziel

Mit einem Newsletter informieren Sie KundInnen und Interessierte schnell, effizient und kostengünstig über Neuerscheinungen, Sonderaktionen und Serviceangebote. Die EmpfängerInnen können unabhängig von Bürozeiten direkt aus dem Newsletter heraus auf Ihr Angebot reagieren: Fragen stellen, Bestellungen ausführen, Reservierungen vornehmen und Informationen herunterladen. Wie Sie einen Newsletter planen und realisieren, den Erfolg Ihrer Maßnahmen kontrollieren und laufend optimieren, erfahren Sie in diesem Seminar.

Programm

- + Newsletter als Teil des Marketing-Mix
- + Werbe- und Informations-E-Mails kontra Spam
- + Newsletter aus dem Buchbereich und anderen Bereichen
- + Planung und Konzeption eines Newsletters
- + Adressbeschaffung und -pflege
- + Inhalt, Textgestaltung und Verlinkung
- + Format: HTML, Text, Multipart?
- + Optimale Erscheinungsweise
- + Rechtliche Aspekte
- + Qualitätscheck
- + Versand und Bounce-Management
- + Erfolgskontrolle
- + Tools und Service-Anbieter

Ralf Schiering

Firmenkundengeschäft – Lokale und regionale Potenziale nutzen



Zielgruppe

BuchhändlerInnen, die den Geschäftsbereich Firmenkunden („Rechnungsgeschäft“) in ihrem Unternehmen absichern, ausbauen oder aufbauen möchten

Seminarziel

Das Geschäft mit Firmenkunden kann neben dem „normalen“ Ladengeschäft den Umsatz auf Dauer sichern. Es ist allerdings starken Veränderungen unterworfen: Vermehrt treten spezialisierte überregionale Dienstleister als Wettbewerber für lokal aufgestellte Buchhandlungen auf.

Im Seminar erhalten Sie umfangreiche Informationen über die Erwartungen von Firmenkunden und lernen Software-Werkzeuge kennen, die bei Ihren Kunden zum Einsatz kommen können. An Praxisbeispielen wird die Vertriebsarbeit einer Buchhandlung entwickelt und Schritt für Schritt erläutert.

Programm

- + Das Geschäftsfeld Firmenkunden: Bestandsaufnahme und Perspektiven
- + Beschaffungsprozesse bei Firmenkunden: Aus der Arbeit einer Einkaufsabteilung
- + Verschiedene Typen von Firmenkunden: Wie bedient eine lokale Buchhandlung die Rechtsanwaltskanzlei und das Großunternehmen gleichermaßen gut?
- + Softwarelösungen (E-Procurement-Systeme) für Buchhandlungen: Ein Marktüberblick
- + Aktivitäten zur Kundenbindung und Neukundengewinnung: Aktiver Vertrieb (Außendienst) für eine Buchhandlung

Referent

Ralf Schiering ist ausgebildeter Buchhändler. Heute ist er als Berater für Buchhandlungen und Verlage tätig.

Termin

Mittwoch, 6. Juli 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

22. Juni 2011

Angelika Nierstrath

Nonbooks beleben Bücher

Papeterie & Co. gut konzipiert –
erfolgreich umgesetzt!

neu



Zielgruppe

EntscheiderInnen in mittleren und kleinen Buchhandlungen, die mit Nonbooks professionell einsteigen oder ihr Engagement verstärken wollen

Seminarziel

Buchhandlungen sind magische (Markt-)Plätze. Sie bieten Wissen, Unterhaltung, Ideen und Poesie für ein anspruchsvolles Publikum – ein Ambiente, in dem sich nicht nur Bücher verkaufen lassen. Immerhin ist ein Großteil der KundInnen „nur“ auf der Suche nach einem Geschenk! Sinnvoll eingesetzt, öffnen Papeterie, Accessoires & Co. das Sortiment für neue Zielgruppen. Messbarer Mehrwert entsteht durch echte Zusatzumsätze – ohne dabei die Kompetenz der Buchhandlung als Fachgeschäft in Frage zu stellen. Der theoretische Teil des Seminars erarbeitet die wichtigsten Schritte zu einem individuellen Nonbook-Konzept. Die Teilnehmenden erhalten aktuelle Informationen über geeignete Produkte, Lieferanten und Einkaufsmöglichkeiten außerhalb der Buchbranche. Ein anschließender gemeinsamer Messebesuch übt die praktische Umsetzung.

Programm

- + Analyse Ihrer Voraussetzungen
- + Sortimentsgestaltung und Präsentation
- + Themenwelten, Inszenierungen und Aktionen
- + Empfehlenswerte Produkte und Lieferanten
- + Konditionen und Preisgestaltung
- + Informationsquellen, Einkaufsmöglichkeiten, Messevorbereitung
- + Gemeinsamer Besuch der TRENDSET nach Schwerpunktinteressen der Teilnehmenden, Marktüberblick, und Gespräche mit verschiedenen Anbietern.

Referentin

Angelika Nierstrath ist seit 2004 selbstständige Unternehmerin und organisiert u. a. den Nonbook-Bereich der Frankfurter Buchmesse sowie die Internetplattform nonbook.de.

Termin

Sonntag, 10. Juli 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarorte

Literaturhaus München
und Messe TRENDSET

Anmeldeschluss

29. Juni 2011

Christiane Goebel

So werden wir ein Dreamteam!

Zusammenhalt, Motivation und Leistungsfähigkeit steigern



Referentin

Christiane Goebel ist Supervisorin, Trainerin und Kommunikationsberaterin. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Buchhandel.

Termin

Dienstag, 1. Februar 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

18. Januar 2011

Zielgruppe

Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, InhaberInnen, Team- und ProjektleiterInnen aus Buchhandlungen

Seminarziel

Gut funktionierende Teamarbeit ist die Basis für eine erfolgreiche Arbeit im Unternehmen und für ein gutes Betriebsklima. Ein gutes Team stärkt die Motivation und fördert engagiertes und verantwortliches Arbeiten aller MitarbeiterInnen nachweislich. Nicht zuletzt werden so auch die wertvollen Stärken und Fähigkeiten der Einzelnen genutzt und weiter entwickelt.

Besonders inhabergeführte Buchhandlungen können auf das Potenzial und die Schlagkraft eines guten Teams nicht verzichten. Doch im Alltag ist es nicht immer einfach, alle „unter einen Hut“ zu bringen. Wie das gelingen kann, wird im Seminar aufgezeigt.

Programm

- + wie Sie Ziele entwickeln und Entscheidungen treffen
- + wie Sie erreichen, dass Absprachen eingehalten werden
- + welche Aufgaben Sie sinnvoll delegieren können und auch Teilzeitkräfte einbeziehen
- + welche Rolle Ihre Haltung als Führungskraft spielt
- + wie Sie die interne Kommunikation optimal gestalten
- + wie Sie Besprechungen effektiv vorbereiten und durchführen
- + wie Sie mit Konflikten und Kritik konstruktiv umgehen
- + womit Sie den Teamgeist fördern und Ihre Kunden begeistern

Dr. Konstantin Wegner

Recht im buchhändlerischen Alltag – Wettbewerbsrechtliche Vorschriften



Referent

Dr. Konstantin Wegner ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht.

Termin

Mittwoch, 25. Mai 2011
von 10:00 bis 16:00 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

11. Mai 2011

Zielgruppe

BuchhändlerInnen, die die Werbung für ihre Buchhandlung gestalten, Kataloge entwerfen und Events für ihre KundInnen planen

Seminarziel

Professionelle Werbung ist für den Erfolg Ihrer Buchhandlung essentiell. Dabei gilt es, die Grenzen, die das Wettbewerbsrecht sowie das Preisbindungsgesetz setzen, einzuhalten, um mögliche Abmahnungen und Auseinandersetzungen zu vermeiden. In diesem Seminar lernen Sie, ein Gefühl für wettbewerbsrechtliche Grenzen zu entwickeln. Anhand von Fällen aus der Rechtsprechung, der Praxis und der Teilnehmenden erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Werberegeln. So können Sie ein Gespür für bedenkliche Werbeaussagen entwickeln. Nach dem Seminar können Sie die wichtigsten rechtlichen Probleme und Fallen erkennen und lösen. Im Seminar haben Sie die Gelegenheit, auch Ihre individuellen Fragen mit dem Referenten und den anderen Teilnehmenden zu erörtern.

Programm

- + die Buchpreisbindung, zulässige Nachlässe, Mängelbehebungen und andere Ausnahmen
- + Hinweispflichten nach der Fernabsatzrichtlinie beim Versandhandel
- + Werbemaßnahmen am Rande der Zulässigkeit (Zugaben, Kopplungsangebote, Kundenbindung)
- + Preisausschreiben und Gewinnspiele
- + Verkaufsveranstaltungen (Lesungen, Ersterscheinungsparties u.s.w.)
- + Folgen der Wettbewerbswidrigkeit

Matthias Franz Facelifting für Buchhandlungen

neu



Referent

Matthias Franz ist ein sehr erfahrener Buchhandelsinnenarchitekt, der in den vergangenen 20 Jahren über 450 Filialen geplant und realisiert hat. Aktuell hat er auch für die Buchhandlung Rupprecht ein neues Konzept entwickelt und umgesetzt.

Termin

Mittwoch, 29. Juni 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

15. Juni 2011

Zielgruppe

InhaberInnen, GeschäftsführerInnen und EntscheidungsträgerInnen von Buchhandlungen kleinerer und mittlerer Größe

Seminarziel

Das Seminar vermittelt Ihnen, wie Sie auf dem Markt mit mehr Präsenz bestehen und positive Kaufimpulse setzen, indem Sie erst einmal einen neuen Blick auf Ihre Verkaufsräume gewinnen. Lernen Sie Ihre Buchhandlung mit fremden Augen zu sehen und erfahren Sie im Praxisteil, wie auch Ihre Räume durch gezielte Eingriffe den Verkauf anregen.

Programm

- + Fakten und Trends im Einzelhandel und zum Einkaufsverhalten
- + Konsequenzen für Umbau, Renovierungszyklen, Shop-Design, Markenauftritt
- + Der professionelle Blick auf den Verkaufsraum: Erschließung, Wegeführung, Leitsysteme, Licht, Klima, Akustik, Farbe, Raumstruktur, Produktpräsentation
- + Modernisierungskonzepte anhand von Beispielen
- + Umbau bei laufendem Betrieb, Umbau im Bestand
- + Praktische Tipps für die eigene Buchhandlung / Workshop anhand von mitgebrachten Fotos der Teilnehmenden

Michael Böhm, Ingrid Röder Local-Marketing im Buchhandel: erfolgreich und praxisnah

neu



ReferentInnen

- + Michael Böhm berät seit 17 Jahren mit seiner Agentur Augenfänger – Die Marketingmanufaktur in erster Linie kleine und mittelständische Unternehmen in Marketingfragen.
- + Ingrid Röder ist ausgebildete Sortimentsbuchhändlerin und gründete 1992 mit Gertrud Selzer die mehrfach ausgezeichnete Buchhandlung Rote Zora in Merzig.

Termin

Mittwoch, 5. Oktober 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

21. September 2011

Zielgruppe

BuchhändlerInnen, die trotz geringer Werbebudgets effektiv, Umsatz steigend und nachhaltig werben wollen

Seminarziel

Professionelles und effektives Marketing ist gerade auch für kleine und mittelständische Unternehmen überlebenswichtig. Dabei ist nicht die Größe des Werbebudgets entscheidend, sondern die strategische Ausrichtung aller Marketingmaßnahmen an den Zielgruppen des eigenen Unternehmens. „Nur wer seine Ziele kennt, kann auch zielgerichtet arbeiten!“ Vielfach verpuffen die Werbeaktivitäten, weil sie nicht auf die eigene Buchhandlung abgestimmt und nicht Teil einer Gesamtstrategie sind. Eine langfristig angelegte Marketingkonzeption und -strategie sichert die Existenz des Unternehmens am Markt und spart gleichzeitig Geld.

Programm

- + Die Grundbegriffe des Local-Marketings
- + Anwendungsmöglichkeiten des Local-Marketings inkl. Best Practice Beispielen
- + Strategieentwicklung für eine fiktive Buchhandlung inkl. Kreativitätsübungen
- + Erstellung eines To-do-Plans für die eigene Buchhandlung: die nächsten fünf Schritte auf dem Weg zu einer eigenen Marketingstrategie
- + Praktische Übung: Pressearbeit als Marketingmodul

Prüfungsvorbereitung für Auszubildende: Der »Fitmacher« vor der Prüfung

Zielgruppe

Auszubildende BuchhändlerInnen (Sortiment und Verlag), die an der Abschlussprüfung (AKA!) Winter 2010/11 teilnehmen werden und entweder die staatliche Berufsschule oder zwei Lehrgänge an der Deutschen Buchhändlerschule besucht haben

Seminarziel

Das Seminar bereitet Sie auf die bevorstehende Abschlussprüfung vor. Sie erwerben Prüfungswissen in komprimierter Form, erkennen Schwächen und beseitigen diese. Sie können Prüfungsangst abbauen, da Sie im Seminar mehr Sicherheit für die kommende Prüfung erlangen.

Programm

- + Buchführung
- + Kaufmännisches Rechnen
- + Allgemeine Wirtschaftslehre
- + Verlagskunde
- + Sortimentskunde
- + Bibliographie
- + Deutsche Literatur

Angemeldete TeilnehmerInnen erhalten eine Anmeldebestätigung per Mail oder Fax und mit der Rechnung ein detailliertes Programm, zur Vorinformation und zum Durcharbeiten ein Exemplar der letzten schriftlichen Prüfung sowie eine Anreisebeschreibung.

Gemeinschaftsseminar mit dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Landesverbände Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

ReferentInnen

DozentInnen des mediacampus
und BerufsschullehrerInnen aus
Hessen

Termine

15. bis 17. April 2011 und
11. bis 13. November 2011
jeweils von Freitag 13:30 Uhr
bis Sonntag ca. 15:00 Uhr

Gebühren

€ 185,- mit Unterkunft und
Verpflegung (Vollpension und
Unterbringung in Doppelzim-
mern)
€ 165,- für Teilnehmende, die
privat übernachten

Seminarort

mediacampus frankfurt –
Schulen des Deutschen
Buchhandels,
Wilhelmshöher Str. 283,
60389 Frankfurt am Main

Anmeldeschluss

31. März 2011 bzw.
28. Oktober 2011

Jutta Hamberger

Basiswissen Buchverlag –
Teil 1: Programm und Produktion



Referentin

Jutta Hamberger stieg 1989 in die Verlagsbranche ein. Seit 2003 ist sie selbstständig als Beraterin und führt Trainings und Schulungen inhouse sowie an renommierten Brancheninstitutionen durch.

Termin

Montag, 14. November 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

28. Oktober 2011

Zielgruppe

LektorInnen und RedakteurInnen, Lektorats- und RedaktionsassistentInnen, VolontärInnen aus Buchverlagen

Seminarziel

Vom Buch zum Programm – das ist ein kreativer, spannender und aufregender Prozess. Die Aufregung sollte allerdings nicht daher rühren, dass bestimmte Schritte oder Vorgehensweisen nicht vertraut sind. Hier setzt dieses Seminar an. Woran sollten Sie denken, was sollten Sie wissen, was hilft Ihnen, besser im Job zu werden? Wie spielen die einzelnen Abteilungen des Verlags zusammen?

Programm

- + Herausforderung Markt – wo liegen Ihre Chancen, wo Ihre Risiken?
- + Zielgruppe: Für wen machen Sie Ihre Produkte?
- + Recht: Was ist bei Verträgen zu beachten?
- + Kalkulation: Ab wann rechnet sich ein Titel eigentlich?
- + Ladenpreis: Wie setzt man einen Ladenpreis fest?
- + Produktion: Welches Herstellungs-Know-how sollten Sie beherrschen?
- + Vom Buch zum Programm: Strategische Programmplanung

Barbara Kothe

Basiswissen Buchverlag – Teil 2: Vertrieb und Werbung



Referentin

Barbara Kothe ist seit über 20 Jahren in die Buchbranche tätig. Heute ist sie Beraterin, BDVT-zertifizierte Trainerin und Coach.

Termin

Dienstag, 15. November 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

28. Oktober 2011

Zielgruppe

LektorInnen und RedakteurInnen, VertriebsassistentInnen, VolontärInnen aus Buchverlagen

Seminarziel

Im Seminar lernen Sie die Absatzwege für Bücher im deutschsprachigen Markt kennen. Sie bekommen einen Überblick über die Aufgaben der beiden Abteilungen Vertrieb und Werbung und die aktuellen Veränderungen im Buchhandel und in anderen Vertriebswegen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Handelspartner wirksam unterstützen.

Programm

- + Der Buchmarkt heute im Überblick
- + Der rasche Wandel – die aktuellen Trends
- + Wie Sie den Buchhandel informieren
- + Was funktioniert im Buchmarketing?
- + Die Einkaufskriterien im Buchhandel
- + Abgrenzung Direktgeschäft und Nebenmärkte
- + Erreichen von Handelspartnern über Vertreter, Auslieferungen, Barsortimente

Kirsten Steffen

Personalentwicklung für Verlage und Buchhandlungen

neu



Referentin

Dr. Kirsten Steffen ist ausgebildete Sortimentsbuchhändlerin und studierte Germanistik und Politik. Sie verfügt über Berufserfahrungen als Sortimenterin, Redakteurin und Projektleiterin im Verlag, seit 2005 ist sie in der Unternehmens- und Personalberatung Bommersheim Consulting tätig.

Termin

Mittwoch, 6. April 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

23. März 2011

Zielgruppe

GeschäftsführerInnen und InhaberInnen von Buchhandlungen und Verlagen

Seminarziel

Der Buch- und Medienbranche mangelt es bereits heute an qualifizierten Fach- und Führungskräften. Kompetente und motivierte MitarbeiterInnen sind aber der Grundstein eines erfolgreichen Unternehmens. So gilt es, die Kompetenz des Einzelnen zu fördern wie auch das Team zu weiterhin sehr guten Leistungen zu motivieren. Das eigene Personal zu fordern wie auch zu fördern ist eine unbedingt lohnende Investition.

Daneben muss sich jeder Verlag und jede Buchhandlung attraktiv am Personalbeschaffungsmarkt aufstellen, um den „war of talents“ für sich entscheiden zu können.

Die Referentin Dr. Kirsten Steffen zeigt, welche Aspekte beim Recruiting und bei der Personalentwicklung zu beachten sind, auch im Hinblick auf Kosten, Messbarkeit und Nachhaltigkeit der gewählten Maßnahmen.

Programm

Personalentwicklung

- + Wie identifiziere ich High Potentials im eigenen Haus?
- + Wie entwickle ich diese und motiviere damit auch das Team?
- + Welche Gestaltungsräume und Aufstiegschancen kann ich anbieten?

Personalbeschaffung

- + Stellenanzeigen
- + Employer Branding am Markt
- + Kandidatenauswahl
- + erfolgreiche und nachhaltige Begleitung in der Startphase

Peer Koop

Praxiswissen Print und Produktion für VerlagsmitarbeiterInnen



Referent

Peer Koop ist gelernter Druckvorlagenhersteller. Er ist Gruppenleiter der Produktionsabteilung im Hueber Verlag.

Termin

Mittwoch, 26. Oktober 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

12. Oktober 2011

Zielgruppe

VerlagsmitarbeiterInnen und Nachwuchskräfte, die Grundlagenwissen im Produktionsbereich brauchen, um Verhandlungen mit Herstellern, Druckereien und anderen Dienstleistern effizienter gestalten zu können

Seminarziel

Qualitätskontrolle, Kostenmanagement und Effizienz – dieser Dreiklang beschreibt die Anforderungen, mit denen VerlagsmitarbeiterInnen heute konfrontiert sind. Dieses Seminar vermittelt Ihnen Kenntnisse der Abläufe in den Bereichen der Vorstufe, des Drucks, der verwendeten Materialien und der buchbinderischen Verarbeitung und fördert Ihr Verständnis für die Anforderungen.

Programm

- + Projektabläufe
- + Kalkulationen
- + Vorbereitung von Texten und Bildvorlagen
- + Druckvorstufe
- + Neue Medien
- + Druckverfahren, Werkstoffe Papier und Farbe
- + Druckveredelung, Druckweiterverarbeitung

Uwe Matrisch

Produktion von E-Books



Referent

Uwe Matrisch ist Herstellungsleiter bei le-tex publishing services. Er arbeitet an verschiedenen Projekten, u.a. am Aufbau einer EPUB-Produktionsstrecke.

Termin

Donnerstag, 30. Juni 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

16. Juni 2011

Zielgruppe

VerlagsmitarbeiterInnen aus Lektorat, Redaktion, Herstellung und Vertrieb

Seminarziel

E-Books sind ein neues Medium in fast allen Buch-Verlagen. Die Vielfalt der Formate und Lesegeräte, neue Nutzungsmöglichkeiten und unbekanntes Leser- und Nutzerverhalten machen Entscheidungen und den Alltag bei der Erstellung dieses neuen Mediums schwer. Trotzdem müssen die ersten E-Books produziert und Workflows umgestellt werden. Und dies alles unter Zeit- und Kostendruck. Das Seminar vermittelt Grundlagenwissen zum Thema E-Book. Formate und Lesegeräte werden vorgestellt und verglichen. Unterschiedliche Wege vom Manuskript oder Printbuch zum E-Book werden dargestellt.

Programm

- + E-Book-Formate (EPUB, PDF, MOBIPOCKET, AZW) und Lesegeräte (eReader, Kindle, Smartphones, PC)
- + Möglichkeiten und Limitierungen der einzelnen E-Book-Formate
- + Was Sie bei der Konzeption eines E-Books beachten müssen
- + Welche Workflow-Möglichkeiten gibt es?
- + Was darf die Erstellung von E-Book-Daten kosten?
- + Was müssen Sie bei der Beauftragung beachten?
- + Welche Gestaltungsmöglichkeiten haben Sie bei E-Book-Inhalten?

Stefan Hilden Buchcover erfolgreich gestalten



Zielgruppe

ProduktentwicklerInnen, HerstellerInnen und Kreative

Seminarziel

Sie erhalten in diesem Seminar einen Einblick in die Möglichkeiten der Covergestaltung und erfahren, in welchem Rahmen das Cover auch als Erfolgsinstrument im Marketing eingesetzt werden kann. Anhand von Beispielen wird gezeigt, worauf beim Briefing zu achten ist, wie man seine Ideen präsentiert und kreative Arbeiten beurteilt. Im 2. Teil des Seminars wird auf die Möglichkeiten medienübergreifenden Buchmarketings via bewegter Bilder, Bannerwerbung und Trailern eingegangen. Anhand von Beispielen werden technischer Aufwand und Einsatz erörtert.

Programm

- + Verändertes Anforderungsprofil: Was muss ein Cover alles können?
- + Verlegers Dreisatz: Produkt, Genre, Zielgruppe
- + Die Titelfindung
- + Das Briefing: wie sag ich es meinem Grafiker?
- + Beurteilen kreativer Arbeiten
- + Workshop – Anhand mehrerer Briefings aus der Praxis werden gemeinsam kreative Lösungen entwickelt. Anschließend werden aktuelle Projekte und Problemstellungen aus der Praxis der Teilnehmenden besprochen.
- + Die Buchcovergestaltung in medialer Vielfalt
- + Interaktive Cover und begehbare Welten
- + Buchtrailer / Banner / Living Cover
- + Wann ist medienübergreifende Kommunikation sinnvoll?
- + Storyboard, Sketchbook, Setskizze
- + Technische Umsetzung: welche Programme werden benötigt?
- + Beispiele aus der Praxis

Referent

Stefan Hilden ist Gründer der Agentur hilden_design, die für Verlage tätig ist; neben der Erstellung von Buchcovern und Werbemitteln in jüngster Zeit auch im Bereich „Buch-Trailer“.

Termin

Donnerstag, 21. Juli 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

7. Juli 2011

Volker Bombien, Dr. Dorothee Leidig Vom Buch zum digitalen Produkt



Zielgruppe

VerlagsmitarbeiterInnen aus Lektorat, Redaktion, Herstellung und Vertrieb

Seminarziel

Im Rahmen eines Planspiels werden Möglichkeiten, Chancen und technischer Hintergrund neuer digitaler Produkte erfahrbar gemacht. Die Teilnehmenden werden an die neuen, digitalen Techniken herangeführt. Das Planspiel regt zur Entwicklung eigener Ideen an, die Ihnen dabei helfen, Ihre beruflichen Aktivitäten zu erweitern.

Programm

- + Simulation der Erstellung eines klassischen Buchs
- + Informationsphase mit Impulsreferaten
- + Der E-Book-Markt
- + E-Book-Reader
- + Die elektronischen Formate
- + Der Workflow bei digitalen Produkten
- + Simulation der Erstellung eines digitalen Produkts

ReferentInnen

- + Volker Bombien arbeitet als Senior Editor / Lektor beim O'Reilly Verlag.
- + Dr. Dorothee Leidig arbeitet als freie Lektorin und Autorin.

Termin

Dienstag, 27. September 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

13. September 2011

Jutta Hamberger

Arbeit an Texten und mit AutorInnen – Grundlagen für die Lektoratsarbeit



Zielgruppe

MitarbeiterInnen, AssistentInnen, VolontärInnen aus Lektorat und Redaktion

Seminarziel

Der erste Seminarteil befasst sich mit den Grundlagen der Textarbeit im Lektorat. Sprache ist ein machtvolles Instrument, mit ihr umzugehen eine Kunst, in der man sich wohl ein Leben lang übt. Die didaktische Aufbereitung von Texten ist einer der marktentscheidenden Erfolgsfaktoren eines Buchs. Anhand konkreter, auch von Ihnen mitgebrachter Beispiele, erfahren Sie praktische Hinweise für die Bearbeitung von Texten. AutorInnen zu finden, zu pflegen und zu halten gehört zu Ihren wichtigsten Aufgaben. Sie aktiv zu betreuen und professionell mit Ihnen umzugehen ist eine der Kernkompetenzen der Lektoratsarbeit. Und da Texte und AutorInnen sehr viel miteinander zu tun haben, vermittelt Ihnen der zweite Teil dieses Seminars das notwendige Rüstzeug für den richtigen Umgang mit AutorInnen.

Programm

- + Erfolgskriterien für die Textarbeit
- + Wo kann ich, wo darf ich und wo muss ich eingreifen?
- + Grundregeln und typische Text-Fallstricke
- + Praxisbeispiele (Rücken- und Klappentexte, Vorschautexte, Manuskripte)
- + Wie Sie AutorInnen akquirieren
- + Wie Sie das Gespräch vorbereiten
- + Briefing von AutorInnen und (freien) LektorInnen
- + Wie Sie Arbeitsabläufe gemeinsam mit AutorInnen gestalten
- + Wie Sie Problem- und Konfliktsituationen entschärfen
- + Wie Sie AutorInnen motivieren

Referentin

Jutta Hamberger stieg 1989 in die Verlagsbranche ein. Seit 2003 ist sie selbstständig als Beraterin und führt Trainings und Schulungen inhouse sowie an renommierten Brancheninstitutionen durch.

Termin

Donnerstag, 29. September 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

15. September 2011

Gabriele Becker

PR im Internet – Social Networks, Blogs und Onlineportale für die Verlags-PR nutzen

neu



Zielgruppe

MitarbeiterInnen aus Verlagen, insbesondere aus der Presse- und Marketingabteilung

Seminarziel

Immer mehr Verlage nutzen die Möglichkeiten, die das Internet für eine erfolgreiche und dennoch kostengünstige Pressearbeit bietet. Die Zahl populärer Online-Plattformen nimmt ständig zu und somit die Möglichkeit, mit den Lesern/Kunden direkt in Kontakt zu treten. Inhalte und Kommunikation können vom Verlag selbst gesteuert werden, ohne den Weg über Redaktionen einschlagen zu müssen. Um (Business-)Netzwerke und Social Media jedoch als strategisches Instrument zu nutzen, müssen die Mitarbeiter der PR- und Marketingabteilungen die Erfolgsregeln im Web 2.0 kennen.

Das Seminar zeigt, wie Sie Online-PR und Social Media für die PR-Arbeit und das Marketing im Verlag nutzen können. Sie erhalten das nötige Know-how für einen souveränen Umgang mit den einzelnen Online- und Social-Media-Kanälen und erfahren, wie Sie eine Strategie für Ihren Verlag entwickeln.

Programm

- + PR im Web 2.0
- + Wesentliche Aspekte der Online-Pressearbeit
- + Welche Zielgruppe erreicht man wo?
- + Strategieentwicklung

Referentin

Gabriele Becker ist Inhaberin der auf Verlags- und Buch-PR spezialisierten Kommunikationsagentur »Gabriele Becker Die Agentur für Presse & Öffentlichkeit«.

Termin

Dienstag, 8. Februar 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

25. Januar 2011

Iris Seidenstricker Grundlagen Verlags-PR: Das 1x1 der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Verlag



Zielgruppe

BerufseinsteigerInnen in die Verlags-PR

Seminarziel

Dieses Seminar vermittelt die Grundlagen der Pressearbeit in einem Verlag. Anhand konkreter Beispiele lernen Sie die Jahres-Abläufe in einer Pressestelle kennen, erwerben Wissen über erfolgreiche Kommunikationsmittel und -strategien sowie über den Umgang mit JournalistInnen und Medien.

Programm

- + Grundlagen von Kommunikation und PR
- + Pressearbeit als Teil der Verlags-PR
- + Medienlandschaft und Zielgruppen
- + Pressedatenbank
- + Presseplan und Pressestrategie
- + Vorschauversand und Messen
- + Presseinformation, Pressebild, Pressemappe
- + Event, Veranstaltung, Pressereise
- + Verlags-PR im Internet
- + Tipps für Kontakte zu JournalistInnen und Redaktionen

Referentin

Iris Seidenstricker ist für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Hoffmann und Campe in Hamburg verantwortlich.

Termin

Donnerstag, 8. Dezember 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

24. November 2011

Dr. Konstantin Wegner Recht im Verlag: Elektronisches Publizieren – E-Books, Google und Co.



Zielgruppe

Führungskräfte, ProduktmanagerInnen und VerlagsmitarbeiterInnen, die mit rechtlichen Fragen des elektronischen Publizierens zu tun haben

Seminarziel

Schlagzeilen zu Digitalisierung, E-Books und Google bestimmen die Medienseiten der Zeitungen. Nach der Musik-, Film- und Softwarebranche steht auch die Verlagswelt vor einem technologischen Umbruch. In diesem jungen Geschäftsfeld ergeben sich zahlreiche Rechtsfragen. Habe ich die erforderlichen Rechte? Welche Erlöse sind zu erwarten? Welches Honorar steht dem Autor zu? Was ist beim Vertrieb von E-Books zu beachten? Viele Probleme lassen sich in der Praxis vermeiden, wenn bereits im Vorfeld kritische Aspekte geklärt werden. Das Seminar gibt praktische Hilfestellung und vermittelt anhand zahlreicher Beispiele einen Überblick über die aktuellen Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem elektronischen Publizieren.

Programm

- + Formen digitaler Nutzung
- + Benötigte Rechte und Nacherwerb vom Urheber
- + Vergütung der elektronischen Nutzung
- + Anpassungsbedarf in Verlagsverträgen
- + Preisbindung von E-Books
- + Google-Settlement und seine Auswirkungen

Referent

Dr. Konstantin Wegner ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht.

Termin

Donnerstag, 3. März 2011
von 10:00 bis 16:00 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

17. Februar 2011

Christine Scharf

Lizenzverkauf im Verlagsgeschäft –
Ein Grundlagenseminar**Referentin**

Christine Scharf leitet das Ressort Inlandslizenzen bei der Verlagsgruppe Random House. Seit 2001 ist sie dort in der Lizenzabteilung tätig und betreut verschiedene inländische und ausländische Kunden.

Termin

Dienstag, 12. April 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

29. März 2011

Programm**Vorraussetzung: Rechteinhaber**

- + Über welche Rechte verfüge ich? Was steht in den Verträgen?
- + Urheberrecht

Vertragsarbeit

- + Vertragsverhandlungen
- + Was muss in einem Vertrag stehen? Musterverträge
- + Welche Rechte werden weitergegeben? Nebenrechte
- + Garantiesumme, Staffelungen

Rechteverkauf Inland (Schwerpunkt)

- + Wann werden Titel weiterverkauft? Faustregeln
- + Taschenbuch, Club/Weltbild, Kleinlizenzen, Abdruckrechte

Rechteverkauf Ausland

- + Übersetzungsrechte
- + Wo bekomme ich Kontakt zu ausländischen Verlagen? Kundenakquise, Zusammenarbeit mit Agenturen
- + Worauf muss ich bei den einzelnen Ländern achten?

Dr. Konstantin Wegner

Recht im Verlag: Grundlagen –
Urheberrecht und Verlagsverträge**Referent**

Dr. Konstantin Wegner ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht.

Termin

Dienstag, 19. Juli 2011
von 10:00 bis 16:00 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

5. Juli 2010

Zielgruppe

Führungskräfte und VerlagsmitarbeiterInnen, die mit Fragen des Urheber- und Verlagsrechts zu tun haben

Seminarziel

Urheberrechtliches Basiswissen ist in vielen Verlagsbereichen fester Bestandteil der täglichen Arbeit geworden. Welche Rechte benötige ich? Welche Vergütung ist angemessen? Welche Regelungen müssen in einem Verlagsvertrag enthalten sein? Praxisnahe Rechtskenntnisse erleichtern die Diskussion mit Urhebern und helfen dabei, Risiken zu erkennen und zu vermeiden. Das Seminar gibt einen Überblick über die wichtigsten Bestimmungen aus dem Urheberrechts- und Verlagsgesetz sowie über alle wesentlichen Aspekte bei Verhandlung und Abschluss von Verlagsverträgen. Anhand zahlreicher Beispiele werden die relevanten Rechtsthemen der Praxis behandelt.

Programm**Grundlagen des Urheberrechts**

- + Welche Werke sind geschützt?
- + Einräumung von Nutzungsrechten
- + Die (angemessene) Vergütung des Urhebers
- + Was sind unbekannte Nutzungsarten?
- + Bildrechte
- + Privatkopie, Zitatrecht und sonstige Besonderheiten

Verlagsverträge

- + Wichtige Regelungen
- + Bestell- oder Verlagsvertrag?
- + Der Rechtekatalog
- + Übersetzer-, Illustrations-, Lizenzverträge
- + Typische Vergütungsregelungen

Dr. Konstantin Wegner

Rechtliche Fallstricke bei der Pressearbeit – Online-PR



Zielgruppe

MitarbeiterInnen in Presse- und Marketingabteilungen, MitarbeiterInnen mit Aufgabengebiet Online-Kommunikation

Seminarziel

Im Mittelpunkt dieses Seminars stehen Presse-, Zitat- und Bildrecht. Sie erhalten einen Überblick über die wichtigsten rechtlichen Themen, die bei der Pressearbeit zu beachten sind: Bildrechte, Sperrfristen, Zitate & Co. Nach dem Seminar können Sie die wichtigsten rechtlichen Probleme und Fallen erkennen und lösen. Im Seminar haben Sie die Gelegenheit, auch Ihre individuellen Fragen mit dem Referenten und den anderen Teilnehmenden zu erörtern. Das Seminar findet im Rahmen der Sommerakademie PR und Online-Kommunikation statt, kann aber auch einzeln gebucht werden. Im Anschluss können die Teilnehmenden mit dem Arbeitskreis der PressesprecherInnen (AKP) die Rechtsabteilung eines Münchner Verlages besuchen. Dort werden weitere Praxisbeispiele geliefert. Außerdem ist intensiver Erfahrungsaustausch möglich.

Programm

- + die wichtigsten urheberrechtlichen Regelungen
- + Vorabdruck und Zitate
- + Nutzung von Fotos etc.
- + Rechtliche Besonderheiten von Online- und Social Media-PR

Die Sommerakademie PR und Online-Kommunikation ist eine Kooperation des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern e. V. mit dem mediacampus frankfurt, dem Arbeitskreis der VerlagspressesprecherInnen (AVP e. V.) und den Landesverbänden des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Nordrhein-Westfalen und der Region Nord.

Referent

Dr. Konstantin Wegner ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht.

Termin

Donnerstag, 15. September 2011
von 10:00 bis 17:00 Uhr
anschließend Verlagsbesuch
mit dem AKP

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

1. September 2011

Weitere Informationen über das Angebot der Sommerakademie finden Sie unter: www.media-campus-frankfurt.de

Dr. Konstantin Wegner

Recht im Verlag: Bildrechte – Wie Sie rechtliche Fallstricke vermeiden



Zielgruppe

ProduktmanagerInnen, RedakteurInnen und MitarbeiterInnen aus Verlagen, die sich mit der Bildbeschaffung befassen

Seminarziel

Ob das Bild auf dem Buchcover, das Porträt des Autors auf der Website des Verlages oder die Illustration im Buch – Bilder und Illustrationen sind aus den Verlagsprodukten nicht mehr wegzudenken. Daraus ergeben sich viele rechtliche Fallstricke. Im Seminar werden Rechtsfragen, die sich speziell auf Abbildungen und Illustrationen beziehen, systematisch dargestellt und erörtert. Zusätzlich erhalten Sie Hinweise zur Vertragsgestaltung. Nach dem Seminar können Sie die wichtigsten rechtlichen Probleme und Fallen erkennen und lösen. Sie haben Gelegenheit, auch Ihre individuellen Fragen mit dem Referenten und den anderen Teilnehmenden zu erörtern.

Programm

- + Urheberrecht und Leistungsschutzrechte an Fotos und Illustrationen
- + Schranken der Rechte, insbesondere Bildzitat
- + Recht am eigenen Bild (Personen der Zeitgeschichte, Versammlungen u.a. Rechtsfragen)
- + Rechte der Eigentümer
- + Folgen der Rechtsverletzung
- + Umgang mit Bildagenturen und deren AGBs
- + Umgang mit der VG Bild Kunst
- + Verträge mit Fotografen und Illustratoren
- + Modellschein („Modell-release“)

Referent

Dr. Konstantin Wegner ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht.

Termin

Mittwoch, 23. November 2011
von 10:00 bis 16:00 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

9. November 2011

Cordula Haux

Schreiben mit AIDA & CO:
Das Handwerkszeug für
professionelle Marketingtexte**Zielgruppe**

VerlagsmitarbeiterInnen, die mit Kompetenz und Kreativität werbende Texte schreiben wollen (Print und Online). Kleiner Tipp: Dieses Seminar kann man gut mehrfach besuchen. Einige TeilnehmerInnen haben das bereits mit Gewinn getan – zum Auffrischen und Vertiefen

Seminarziel

Starke Texte sind starke Verkäufer. Mit professionellen Schreibstrategien überlassen Sie die Wirkung Ihrer Botschaften nicht dem Zufall. Gezielt kalkuliert, entstehen Texte, die fesseln, überzeugen und – verkaufen. Wir arbeiten konzentriert an Texten Ihrer Wahl – bis die Wörter fliegen, die Sätze sitzen und die Texte stehen. Wer Lust hat, bringt Beispiele aus der Praxis mit.

Programm

- + Qualität erkennen: Was macht Botschaften attraktiv?
- + Textsünden mit Papierkorbeffekt
- + Zielgruppenorientierung: Wen spreche ich wie an?
- + Mit AIDA die Botschaft strukturiert aufbauen
- + Attraktive Headlines erarbeiten
- + Starker Einstieg
- + Überzeugende Kaufargumente einbauen
- + Mit rhetorischen Figuren Texte wirkungsvoll gestalten
- + Texte eindampfen, Sprache dynamisieren
- + Ideenreich schreiben: Clustering

Referentin

Cordula Haux ist selbstständige Trainerin und Verlegerin. Als Spezialistin für schriftliche Kommunikation schult sie seit vielen Jahren Fach- und Führungskräfte aus der Wirtschaft, mit einem Schwerpunkt im Verlagsbereich.

Termin

Donnerstag, 19. Mai 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

5. Mai 2011

Jürgen Markoff

MarketingPraxis –
Wie Sie Ihr strategisches und operatives
Marketing unter einen Hut bekommen

neu

**Zielgruppe**

MitarbeiterInnen aus kleinen und mittleren Verlagen, die sich bei ihrer Arbeit mit Aufgaben des Marketings beschäftigen und die auch mit knappen Etats ein erfolgreiches Marketing umsetzen wollen

Seminarziel

Gutes Marketing muss nicht teuer sein. Gefragt sind kreative Ideen, aber auch eine konzeptionelle und strukturierte Vorgehensweise. Wie Sie diesen Spagat schaffen, zeigt Ihnen dieses Seminar: Sie verstehen die wichtigsten Zusammenhänge des Marketings und erhalten praxiserprobte Tools, um Ihr Marketing planen und erfolgreich umsetzen zu können.

Programm**Bevor Sie „loslegen“**

- + Verschaffen Sie sich Klarheit, wie Strategie, Marketingplan, Aktionenplan, Werbung und Vertrieb zusammenhängen
- + Die wichtigsten Anforderungen, die Sie an die Strategie Ihres Hauses stellen sollten

Den Marketingplan als „Herzstück“ des Marketings erstellen

- + Die wichtigsten Marketingstrategien kennen
- + Die Marketingziele richtig formulieren
- + Den Marketing-Mix richtig einsetzen

Verkaufsstarke Aktionen ableiten und umsetzen – der „Marketing-Action-Plan“

- + Die konkreten Maßnahmen- und Aktionspläne umsetzen (z. B. Werbung, Public Relations, Direktmarketing, Vertriebsaktionen, Promotion, Online-Werbung, Preisaktionen)
- + Vernetzung der einzelnen Kommunikations- und Vertriebswege

Aktuelle Trends im Marketing kennen und in Ihren Berufsalltag einbinden

z.B. Blue Ocean, Guerilla Marketing, Couponing, Augmented Reality, LOHAS, ...

Referent

Jürgen Markoff ist seit über 20 Jahren in der Verlags- und Medienbranche tätig; seit 10 Jahren ist er Berater, Trainer und Interimsmanager für Verlage.

Termin

Mittwoch, 23. März 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

9. März 2011

Barbara Kothe

Industriegeschäft: Chancen und Risiken



Referentin

Barbara Kothe ist seit über 20 Jahren in die Buchbranche tätig. Heute ist sie Beraterin, BDVT-zertifizierte Trainerin und Coach.

Termin

Mittwoch, 4. Mai 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

20. April 2011

Zielgruppe

VertriebsleiterInnen, VerkaufsleiterInnen und VertriebsassistentInnen aus Verlagen

Seminarziel

Das Ziel lockt: das Geschäft mit der großen Auflage! Neue Kundensegmente für Verlagsprodukte zu erschließen, gestaltet sich jedoch oft als kleinteiliges und mühevolleres Arbeiten. Die Anforderungen der Industriekunden sind andere als die des Buchhandels und auch die Geschäftsabläufe unterscheiden sich wesentlich. Nutzen Sie die Chance, vorhandene Produkte und Inhalte zu verkaufen. Lernen Sie, wie Sie sich in diese »andere Welt« hineindenken und so neue Absatzwege für Ihre Produkte erschließen, um zusätzlichen Umsatz zu generieren. Welche Gelegenheiten bieten sich für Industriekunden, Verlagsprodukte einzusetzen? Wann ist der richtige Zeitpunkt dafür?

Programm

- + Abgrenzung zu Geschäften in Nebenmärkten
- + Wie Sie den „Hebel“ für Industriekunden finden
- + Welche Titel sich eignen und welche nicht
- + Welche Möglichkeiten der Individualisierung gibt es?
- + Wie Sie neue Kontakte aufbauen
- + Welche Stolpersteine Sie besser umgehen
- + Welche Risiken lauern können
- + Wir sprechen NICHT über Corporate Publishing

Sylvia Detzel

Strategien für Internet und Social Media

Die neuen Herausforderungen des digitalen Zeitalters für Vertrieb und Marketing



Referentin

Sylvia Detzel ist Diplom-Betriebswirtin (BA), Fachrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft. Sie ist als Senior Marketing Manager bei einer Tagungshotelkette beschäftigt und freiberuflich als Marketingberaterin tätig.

Termin

Donnerstag, 5. Mai 2011
von 09:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

21. April 2011

Zielgruppe

Verlags- und BuchhandelsmitarbeiterInnen, die ihre Zielgruppen verstärkt im Internet erreichen und deshalb das Potenzial des Internets besser ausschöpfen möchten

Seminarziel

Das Netz der Online-Instrumente, die Ihnen zur Verfügung stehen, wird immer komplexer. Der eigene Internetauftritt ist dabei Ihre „Basis-Station“ im Web. Über den eigenen Webauftritt hinaus wird es aber immer wichtiger, sich auch mit Social Media Marketing auseinanderzusetzen. Denn mittlerweile spricht jeder von Facebook, Twitter & Co. Das Tagesseminar bietet Ihnen – untermalt mit zahlreichen Praxisbeispielen – den schnellen Einstieg in die wichtigsten Online-Marketing-Themen. Ausgestattet mit einem Gesamtüberblick können Sie im Rahmen einer individuellen Strategie den optimalen Online-Mix für Ihr Unternehmen zusammenstellen.

Programm

- + Web-Usability: Die eigene Website optimieren
- + SEO: Mit Suchmaschinen-Optimierung auf vordere Plätze bei Google & Co.
- + SEA: Mit bezahltem Suchmaschinen-Marketing Zusatzumsätze generieren
- + E-Mail-Marketing: Newsletter redaktionell und werblich nutzen
- + Web 2.0 und Social Media: Was verbirgt sich dahinter und warum können Sie es nicht einfach ignorieren?
- + Strategien und Ziele für die Social Media (Facebook, Twitter, XING, MySpace, StudiVZ, Mister Wong etc.)
- + Social Media Monitoring: Erwartungen und Herausforderungen für die Erfolgsmessung
- + Best-Practice-Beispiele

Michael Then

Die digitale Vorschau

neu



Referent

Michael Then ist seit 20 Jahren in der Buchbranche, zumeist im Bereich Marketing, zuletzt als Werbeleiter der Goldmann Verlage bei Random House tätig. Derzeit ist er Marketinggeschäftsführer der Piper Verlage.

Termin

Dienstag, 10. Mai 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

26. April 2011

Zielgruppe

Werbe- und MarketingmitarbeiterInnen aus Buchverlagen

Seminarziel

Seit ungefähr 10 Jahren gibt es alljährlich zum Erscheinen der neuen Verlagsvorschauen in der Fachpresse die Diskussion über deren Sinn und Unsinn. Dies geht über die Formate, die Inhalte und Umfänge bis hin zu den unterschiedlichen Zielgruppen und Anforderungen. Ist diese Diskussion überflüssig?

Auch wenn heute fast selbstverständlich von Zielgruppenmarketing die Rede ist, hat man angesichts der Vorschauen immer wieder den Eindruck als wäre Zielgruppe keine Frage. Schritt für Schritt wollen wir uns der digitalen Vorschau nähern, ob als Alternative oder Ergänzung, das wird sich zeigen. Darüber hinaus suchen wir nach Antworten auf die Fragen, für wen digitale Vorschauen geeignet sind, mit welchen Kosten zu rechnen ist und vor allem wer dies in welcher Zeit umsetzt.

Programm

- + Warum Vorschauen wichtig sind und für wen?
- + Digital – Was ist das?
- + Auf was schaut die Vorschau voraus? Wer braucht wann, welche Informationen?
- + Die digitale Vorschau im Workflow zwischen Lektorat und Marketing
- + Die digitale Vorschau für digitale Bücher-Welten
- + Bestellen Sie jetzt! Neue Zielgruppen, Chancen, Risiken und Möglichkeiten

Susanne Guidera

Zielgruppenorientierung für ProduktmanagerInnen

neu



Referentin

Susanne Guidera berät, nach Stationen als Programmleiterin und Einkäuferin in Verlag und Buchhandel, heute u.a. Verlage in der Programmplanung und Produktentwicklung.

Termin

Dienstag, 17. Mai 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

3. Mai 2011

Zielgruppe

ProduktmanagerInnen in Verlagen

Seminarziel

Die Zeiten, in denen LektorInnen noch nach eigenem Gusto Programme entwickelt haben, sind längst vorbei. Das klassische Lektorat hat sich zum Produktmanagement gewandelt, das sich als Gestalter von der genauen Zielgruppenanalyse bis hin zur professionellen Zusammenarbeit mit den übrigen Abteilungen des Verlages und insbesondere dem Vertrieb versteht. Professionelle Produktentwicklung ist ohne das frühzeitige Zusammenspiel von Lektorat, Vertrieb & Marketing undenkbar. Produkte müssen von ProduktmanagerInnen passgenau für ihre Zielgruppe entwickelt werden. Doch wer ist die eigene Zielgruppe, wofür begeistert sie sich, was erwartet sie und wie sieht vertriebsorientierte Programmarbeit aus? Das Seminar vermittelt Einblicke in Wege, erfolgreiche Produkte für die eigene Zielgruppe zu entwickeln.

Programm

- + Wer ist meine Zielgruppe?
- + Meine Zielgruppe – Wer kauft was, warum und wo?
- + Wie sieht vertriebsorientierte Programmarbeit aus?
- + Alternativen zur klassischen Produktentwicklung
- + Recherche & Konkurrenzanalyse
- + Was ProduktmanagerInnen über neue Vertriebs- und Marketingkanäle wissen sollten.

Birgit Franz

Low Budget Marketing – Gezielt werben mit kleinen Budgets



Referentin

Birgit Franz betreut Marketing-, Veranstaltungs- und Textprojekte für Unternehmen der Buchbranche. Nach fünfzehn Jahren in Buchhandel und Verlagen machte sie sich 2001 mit ihrer Agentur Marketing & Text selbstständig.

Termin

Dienstag, 28. Juni 2011
9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

14. Juni 2011

Zielgruppe

MarketingmitarbeiterInnen kleinerer und mittlerer Verlage

Seminarziel

Je kleiner das Budget, desto wichtiger ist es, dieses zielgenau einzusetzen. Klare Vorstellungen von der Zielgruppe und eine sorgfältige Marketingplanung sind dafür unerlässlich. Anzeigen, POS-Werbung, Social Marketing, Guerilla Marketing, Empfehlungsmarketing, Direktmarketing, Sponsoring – was macht Sinn? Kleine Budgets erfordern individuelle Marketingmaßnahmen, die dem Verlag beim Kunden ein Gesicht verleihen. Daher wird sich das Seminar eng an den Teilnehmenden und ihren Verlagen orientieren und mit deren Marketingplänen arbeiten.

Programm

- + Wie sieht die Werbewirklichkeit aus?
- + Wer ist meine Zielgruppe? Was will meine Zielgruppe?
- + Marketingplanung: Was ist das Muss und was bleibt für das Kann?
- + Auf dem Prüfstand: Muss das Muss wirklich?
- + Originelle Ideen statt großer Budgets
- + Was kann mein Kunde für mich tun?
- + Best Practice Beispiele

Susanne Guidera

Professionelle Backlistverwertung



Referentin

Susanne Guidera berät heute, nach Stationen als Programmleiterin und Einkäuferin in Verlag und Buchhandel, u.a. Verlage in der Programmplanung und Produktentwicklung.

Termin

Donnerstag, 27. Oktober 2011
von 9:30 bis 17:30 Uhr

Gebühren

Für Mitglieder € 199,-
Für Nichtmitglieder € 239,-

Seminarort

Literaturhaus München

Anmeldeschluss

13. Oktober 2011

Zielgruppe

ProduktmanagerInnen in Verlagen, MitarbeiterInnen aus der Abteilung Rechte & Lizenzen

Seminarziel

Die Backlist stellte noch vor wenigen Jahren eine tragende Säule für die Existenz der Verlage dar. Zweitverwertungen im Taschenbuch, die Vergabe der Audio- oder Buchclub-Rechte sowie der kontinuierliche Abverkauf der gedruckten Auflage sorgten für das finanzielle Grundrauschen, das oftmals die Querfinanzierung neuer und finanziell riskanter Verlagsobjekte ermöglichte. In Zeiten immer niedrigerer Startauflagen, sinkender Absatzzahlen und kürzerer Backlistverwertbarkeit ist es aber zunehmend wichtiger, das Potential zu heben, das in dem Rechtfundus der Verlage steckt. Dieses Seminar bietet einen Überblick über die vielfältigen Verwertungsmöglichkeiten von Backlistrechten: von der Entwicklung neuer Produkte, alternativer Verpackungsformen, der Kunst des Relaunchs, der Verwertung in Buch+Produkten sowie der Contentvermarktung in neuen Medien oder buchfernen Produkten.

Programm

- + Warum Backlistverwertung die Aufgabe des Programm-Managements ist
- + Alter Wein in neuen Schläuchen – mit alten Rechten neue Zielgruppen erschließen
- + Relaunches – die Kunst der Mehrfachverwertung
- + Buch und Produkte
- + Verpackung ändern heißt, den Produktlebenszyklus verlängern
- + Apps, E-Books & Co – Strategien für Contentvermarktung
- + Contentvermarktung im Vorfeld: Vertragsgestaltung für optimale Backlistverwertung

Unsere ReferentInnen auf einen Blick

ReferentInnen



Christian Baumert

studierte in Leipzig und Paris Germanistik. Er arbeitet seitdem als Buchhändler in der Buchhandlung Grümmer und der Messebuchhandlung in Leipzig. [> Seite 12](#)



Gabriele Becker

ist Inhaberin der auf Verlags- und Buch-PR spezialisierten Kommunikationsagentur „Gabriele Becker Die Agentur für Presse & Öffentlichkeit“. Sie hat langjährige Erfahrung in der Buchbranche, als Buchhändlerin, Vertriebsleiterin eines Kinderbuchverlages und Presseleiterin eines Sachbuchverlages. [> Seite 33](#)



Michael Böhm

berät seit 17 Jahren mit seiner Agentur Augenfänger – Die Marketingmanufaktur in erster Linie kleine und mittelständische Unternehmen in Marketingfragen. Als Autor und Dozent befasst er sich schwerpunktmäßig mit den Themen Guerilla- und Low-Budget-Marketing, Local-Marketing und Persönlichkeitsmarketing. In den letzten 7 Jahren hat er diverse Vorträge, Workshops und Seminare für Buchhändler u. a. im Auftrag des Börsenvereins, des Cornelsen Verlags und des LIBRI Campus durchgeführt. [> Seite 21](#)



Volker Bombien

arbeitet als Senior Editor / Lektor beim O'Reilly Verlag in Köln. Er betreut Buchprojekte zu den Themen Open Source, Web 2.0 und Programmierung. Seit 1999 ist er in der Verlagsbranche tätig. Er kaufte sich 1989 sein erstes Modem und ist seitdem genauso gern online wie offline. [> Seite 31](#)



Dr. Roswitha Budeus-Budde

ist Diplom-Bibliothekarin und Germanistin. Sie hat einen Lehrauftrag an der Universität Gießen. 1984 bis 1988 war sie Mitglied der Jury des Deutschen Jugendliteraturpreises. Seit 1995 ist Roswitha Budeus-Budde verantwortliche Redakteurin für die Kinder- und Jugendliteraturseite der Süddeutschen Zeitung. Sie ist Herausgeberin der „Jungen Bibliothek“ der SZ. [> Seite 11](#)



Sylvia Detzel

ist Diplom-Betriebswirtin (BA), Fachrichtung Medien- und Kommunikationswirtschaft. Sie ist als Senior Marketing Manager bei einer Tagungshotelkette beschäftigt und freiberuflich als Marketingberaterin u. a. in der Medienbranche tätig. Inhaltliche Schwerpunkte: Dialogmarketing, Online-Medien; Branchenschwerpunkte: Medienbereich, Versandhandel. [> Seite 43](#)



Birgit Franz

betreut seit zehn Jahren mit ihrer Agentur Marketing & Text verschiedenste Projekte für Unternehmen der Buchbranche. Davor war sie im Vertrieb und Marketing von Droemer Knauer. Sie ist ausgebildete Buchhändlerin, Kommunikations- und Buchwissenschaftlerin und arbeitete seit 1985 in Buchhandel und Verlagen. [> Seite 46](#)



Matthias Franz

ist ein sehr erfahrener Buchhandelsinnenarchitekt, der in den vergangenen 20 Jahren u. a. für Hugendubel, Orell Füssli und Weltbild in Deutschland, Österreich und der Schweiz über 450 Filialen geplant und realisiert hat. Seit 1991 bei Stöter-Tillmann & Kaiser Architekten als Innenarchitekt tätig; wo er ab 2001 als Partner assoziiert wurde und seit 2007 auch Gesellschafter war. 2009 übernahm er das Büro, das seitdem unter dem Namen „Matthias Franz Innenarchitekten“ firmiert. [> Seite 20](#)



Christel Freitag

studierte Schulmusik, Musikwissenschaft und Germanistik. Sie war als Buchhändlerin, Gymnasiallehrerin für Deutsch und Musik und als Musikredakteurin beim SDR tätig. Heute arbeitet sie als Redakteurin bei SWR Kultur in Tübingen. [> Seite 10](#)



Christiane Goebel

ist Supervisorin (DGSv), Trainerin und Coach sowie Kommunikationsberaterin. Ihre Schwerpunkte: Verkaufsförderung, kundenorientierte Kommunikation in Beratung und Vertrieb, Mitarbeiterführung, Teamseminare und Teamentwicklung, Krisenberatung, Coaching und Training für Führungskräfte. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Familienunternehmen Buchhandlung und berät Wirtschaftsunternehmen und soziale Organisationen. [> Seite 14, 18](#)



Heike Grümmer

studierte in Leipzig Buchhandel und Verlagswesen. Sie gründete 1991 die Buchhandlung Grümmer und ist Mitgesellschafterin der Leipziger Messebuchhandlung GbR. [> Seite 12](#)



Susanne Guidera

war lange Jahre als Programmleitung in einem Ratgeberverlag tätig, bevor sie zu einem der größten Multichannel-Unternehmen im Buchhandel wechselte und dort den Einkauf und das Programm im Ratgeber- und Multimediabereich verantwortete. Heute berät sie Verlage in der Programmplanung und Produktentwicklung, bietet Textcoaching für Autoren an und vermittelt Autoren und Projekte. [> Seite 45, 47](#)



Jutta Hamberger

stieg 1989 in die Verlagsbranche ein. Sie war in führenden Positionen bei Bertelsmann, Kosmos, Heyne, Gräfe & Unzer und Droemer tätig. Seit 2003 ist sie selbstständig als Beraterin und Coach mit den Spezialgebieten Prozesse, Workflows und Programmstrategie. Sie führt Trainings und Schulungen durch und hat einen Lehrauftrag an der LMU München im Bereich der Buchwissenschaft. [> Seite 25, 32](#)



Cordula Haux

hat Germanistik, Philosophie und Literaturwissenschaft studiert. Sie ist selbstständige Trainerin und Verlegerin. Als Spezialistin für schriftliche Kommunikation schult sie seit fünfzehn Jahren Fach- und Führungskräfte aus der Wirtschaft, mit einem Schwerpunkt im Verlagsbereich. Sie berät und begleitet namhafte Unternehmen bei der Umsetzung umfangreicher Kommunikationsprojekte und ist freie Mitarbeiterin des Zentrums für Unternehmensführung (ZfU), Schweiz. [> Seite 40](#)



Ulla Herold

Dipl.-Betriebswirtin (FH) ist Trainerin, Coach und Consultant für Online-Marketing. Nach der Ausbildung zur Buchhändlerin und dem BWL-Studium mit den Schwerpunkten Marketing und Personalwesen arbeitete sie mehr als 10 Jahre im Marketingmanagement namhafter Verlage (Bauverlag, S. Fischer Verlag). 1992 gründete sie das Weiterbildungsunternehmen PC SPEKTRUM, 1998 die Internet-Agentur APIS. 2007 wurde sie als Google Advertising Professional zertifiziert. [> Seite 15](#)



Stefan Hilden

ist gelernter Grafiker und gründete nach seinem beruflichen Engagement im Produkt- und Grafikdesign 1998 die Agentur hilden_design, die er bis heute erfolgreich im deutschen und internationalen Buchmarkt etabliert hat. Mittlerweile beschäftigt hilden_design 10 – 12 Mitarbeiter und ist für große und renommierte Verlage tätig, neben der Erstellung von Buchcovern und Werbemitteln in jüngster Zeit auch im Bereich „Buch-Trailer“.

> Seite 30



Brigitte Kahnwald

ist ausgebildete Buchhändlerin und verfügt über viele Jahre Berufspraxis. Seit 1996 unterrichtet sie Buchhandels-Azubis in der Medienberufsschule in München. Sie ist Mitautorin der Bücher: „abc des Buchhandels“ und „Prüfungsfragen für Buchhändler“.

> Seite 9



Peer Koop

ist gelernter Druckvorlagenhersteller. Nach einjähriger Tätigkeit in der Bibliothek des Vatikans als Reprograf und weiteren Ausbildungen arbeitete er ab 1991 als Hersteller im Verlag für Deutsch. 1999 wechselte er in den Hueber Verlag und übernahm ab 2002 die Gruppenleitung der Produktionsabteilung. Heute ist er im Bereich Produktions-IT neben der Produktion von Büchern vorwiegend für die neuen Medien und die Produktions-Datenbank zuständig.

> Seite 28



Barbara Kothe

ist Beraterin, BdvT-zertifizierte Trainerin und Coach. Sie arbeitet seit zwanzig Jahren in der Buchbranche. Als gelernte Verlagsbuchhändlerin und Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) hat sie einen Buchverlag für einen Informationsdienstleister der Automobilindustrie aufgebaut und war 13 Jahre als Vertriebs- und Marketingleiterin sowie Prokuristin von Buchverlagen tätig.

> Seite 26, 42



Dr. Dorothee Leidig

arbeitet als freie Lektorin und Autorin in Freiburg. Sie hat u.a. Germanistik, Ethnologie, Ur- und Frühgeschichte und Pädagogik studiert und über Frauenheilkunde im Mittelalter promoviert. Vor ihrer Lektoratstätigkeit war sie viele Jahre als Wissenschaftlerin im Archiv für die fachliche Betreuung der Forschenden sowie für Aufbau und Pflege der Datenbanken zuständig. Sie ist Mitautorin von klassisch gedruckten und elektronischen Publikationen.

> Seite 31



Jürgen Markoff

ist seit über 20 Jahren in der Verlags- und Medienbranche tätig; seit 10 Jahren Berater, Trainer und Interimsmanager für Verlage; Lehrbeauftragter an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg; zuvor war er zehn Jahre Produktmanager, Programmleiter und Mitglied der Verlagsleitung in einem internationalen Verlagshaus.

> Seite 41



Uwe Matrisch

absolvierte nach dem Abitur verschiedene Verlagspraktika, bevor er an der HTWK Leipzig Verlagsherstellung studierte. Er arbeitete an den Hochschulprojekten „Diplomarbeiten Online“ und „Virtuelle Unternehmen“ mit. Seit 2000 ist er Verlagshersteller bei der le-tex publishing services, seit 2001 hat er die Herstellungsleitung inne. Er bearbeitet verschiedene Projekte, u.a. den Aufbau einer EPUB-Produktionsstrecke.

> Seite 29



Hilde Elisabeth Menzel

arbeitete über 20 Jahre in der Buchhandlung Lehmkuhl (München), ihr Schwerpunkt war hier das Kinderbuch. Seit 1999 ist sie als freiberufliche Referentin und Rezensentin tätig und schreibt regelmäßig für die Kinder- und Jugendliteraturseite der Süddeutschen Zeitung und der ZEIT. Sie ist ein ehemaliges Mitglied der Jury zum Deutschen Jugendliteraturpreis.

> Seite 11



Wolfgang Niess

ist leitender Redakteur in der Abteilung »Programmentwicklung und Magazine« beim SWR Fernsehen in Stuttgart. Er ist u.a. für die »Landesschau Baden-Württemberg« und die Veranstaltungsreihe »Der Autor im Gespräch« zuständig. Davor war er Leiter der Redaktion »Bücherbar« des SDR.

> Seite 10



Angelika Nistrath

ist gelernte Buchhändlerin. Sie war in verantwortlichen Positionen bei verschiedenen Buchhandlungen und Verlagen tätig (BH Herder, Arena Verlag, moses. Verlag) und hat umfangreiche Erfahrung im Nonbookvertrieb. Seit 2004 ist sie selbstständige Projektentwicklerin und Beraterin und organisiert unter anderem den Nonbookmarkt auf der Frankfurter Buchmesse und im Internet.

> Seite 17



Ingrid Röder

ist ausgebildete Buchhändlerin und gründete 1992 mit Gertrud Selzer die mehrfach ausgezeichnete Buchhandlung Rote Zora. Von Beginn an führte die Buchhandlung viele kreative Aktionen mit geringem Budget durch und begleitete diese mit ausführlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Seit 2005 arbeiten die beiden Inhaberinnen mit einem ausführlichen Jahreszielplan, der die Marketingaktivitäten in die sonstigen Zielsetzungen der Buchhandlung einbettet. > Seite 21



Christine Scharf

leitet das Ressort Inlandslizenzen bei der Verlagsgruppe Random House. Seit 2001 ist sie dort in der Lizenzabteilung tätig und betreut verschiedene inländische und ausländische Kunden. Daneben ist sie in der Referentenagentur Bertelsmann für die Kunden- und Referentenbetreuung zuständig. Sie hat Anglistik, Wirtschaft und Jura an der Universität Passau studiert und schloss 2009 mit einem MBA von der Henley Business School ab. > Seite 36



Ralf Schiering

ist ausgebildeter Buchhändler. Nach der Tätigkeit als Filialleitung bei der Buchhandlung Fabulus in Kiel arbeitete er mehrere Jahre als Verlagsrepräsentant für Fachbuchverlage (EDV). Danach war er verantwortlich für Vertrieb und Produktmanagement bei einem Systemhaus für buchhändlerische Warenwirtschaftssysteme. Heute ist er als Berater für Buchhandlungen und Verlage tätig mit Schwerpunkten in den Bereichen Shop-Systeme, Unternehmensprozesse und EDV-Projekte. > Seite 16



Ulrike Schultheis

ist Buchhändlerin, spezialisiert auf Kinder- und Jugendliteratur. Seit 1997 ist sie zusammen mit ihrem Mann Inhaberin der Bücherjolle mit dem integrierten Kinderbuchladen Junior-Jolle in Starnberg. Sie ist ehemaliges Mitglied der Jury für den Deutschen Jugendliteraturpreis und die Literaturstipendien der Stadt München. Sie ist Referentin, Rezensentin und Autorin. > Seite 11



Iris Seidenstricker

studierte Germanistik, Philosophie und Pädagogik und war Dozentin für Deutsch als Fremdsprache im Ausland. Erste Stationen in der Verlagsbranche waren der Max Hueber Verlag und das Rosenheimer Verlagshaus. Von 2000 bis 2007 leitete sie beim Verlag Carl Ueberreuter die Presse- und Lizenzabteilung. Nach einem Wechsel zum Ravensburger Buchverlag ist sie nun für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Hoffmann und Campe in Hamburg verantwortlich. > Seite 34



Dr. Kirsten Steffen

Ausbildung zur Sortimentsbuchhändlerin, Studium und Promotion an der Universität München in Germanistik und Politik. Berufserfahrungen als Sortimenterin, Redakteurin und Projektleiterin im Verlag. Management der Studiengänge Buchwissenschaft an der Universität München. Auf- und Ausbau der praxisbezogenen Seminare und Vorlesungen durch ausgewiesene Fach- und Führungskräfte der Buch- und Medienbranche. Seit 2005 in der Unternehmens- und Personalberatung Bommersheim Consulting. > Seite 27



Michael Then

Jg. 1960, Marketinggeschäftsleiter der Piper Verlage, war davor Werbeleiter für die Goldmann Verlage in der Verlagsgruppe Random House und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verlagsgruppe Econ Ullstein List. Veröffentlichungen, zuletzt: Co-Autor von „Ökonomie der Buchindustrie. Herausforderungen in der Buchbranche erfolgreich managen“. > Seite 44



Dr. Konstantin Wegner

ist Partner in der Kanzlei SKW Schwarz und spezialisiert auf Urheber- und Medienrecht. Er berät in diesem Bereich insbesondere Verlage und ist Autor des renommierten Buches „Recht im Verlag“. Davor war er seit 1998 zunächst fünf Jahre Justiziar einer großen Verlagsgruppe, davon ein Jahr in London. Seit Anfang 2009 ist er Justiziar des Landesverbands Bayern des Börsenvereins des deutschen Buchhandels. > Seite 19, 35, 37, 38, 39



Jörg Winter

ist Diplom-Kaufmann und seit 1984 als Unternehmensberater und Trainer aktiv. Sein Kerngeschäft besteht aus den Bausteinen Positionierungs-Workshops, Verkaufsseminare, Einkaufstrainings, Führungstrainings für Vorgesetzte. Außerdem ist er Autor eines Sachbuchs zum Thema „Verkauf“. > Seite 13

Allgemeine Hinweise

Aktuelle Veranstaltungen

Über Veranstaltungen, die aus aktuellem Anlass zusätzlich angeboten werden, informieren wir Sie in unseren Verbandsmitteilungen und im Internet unter www.buchhandel-bayern.de.

Anmeldung

Sie können für Ihre Anmeldung unser vorbereitetes Anmeldeformular verwenden, das Sie auf der letzten Seite als Kopiervorlage finden. Sie können sich per Fax, Brief, telefonisch oder per E-Mail anmelden.

Bestätigung

Sie erhalten von uns umgehend eine schriftliche Anmeldebestätigung. Ihre Anmeldung zu einem Seminar ist damit verbindlich.

Gebühren

Die im Seminarprogramm genannten Gebühren sind zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer zu verstehen. Sie enthalten bei Tagesseminaren die Seminarkosten, Arbeitsunterlagen, zwei Kaffeepausen, Mittagessen (bzw. Imbiss) und Tagungsgetränke. Nicht enthalten sind eventuell anfallende Kosten für eine Übernachtung. Bitte überweisen Sie die Gebühren vor Seminarbeginn, jedoch erst nach Erhalt der Seminareinladung und der Seminarrechnung unter Angabe der Rechnungsnummer.

Sonderkonditionen

Sonderkonditionen bieten wir Auszubildenden der Buchbranche sowie VerlagsvolontärInnen mit 30 % Rabatt (Ausbildungsstatus bitte bei der Seminaranmeldung angeben).

Rücktritt

Sie können Ihre Anmeldung bis 10 Tage vor Seminarbeginn kostenlos stornieren. Danach berechnen wir Ihnen die volle Seminargebühr, sofern kein Ersatzteilnehmer gefunden wird. Auch bei eventueller Nichtinanspruchnahme eines Teils der Leistungen erfolgt keine Rückzahlung. Sollte ein Seminar aus wichtigem Grund (z.B. Erkrankung des Seminarleiters oder zu geringe Teilnehmerzahl) abgesagt werden, so erhalten Sie rechtzeitig Nachricht. Der Veranstalter verpflichtet sich dann zur vollen Rückzahlung der Seminargebühr. Weitere Ansprüche können nicht geltend gemacht werden. Änderungen (z.B. Wechsel in ein anderes Tagungshotel) behalten wir uns vor.

Seminare für Buchhandlungen

Termin	Veranstaltung	Ort	Seite
1. 2.2011	So werden wir ein Dreamteam! Zusammenhalt, Motivation und Leistungsfähigkeit steigern	München	18
2. 2.2011	E-Books im Sortiment – eine praxisnahe Einführung	München	12
24. 2.2011	Der Kunde ist Gast	München	13
29. 3.2011	Digitale Spiele im Buchhandel	München	14
15. bis 17. 4.2011	Prüfungsvorbereitung für Auszubildende: Der »Fitmacher« vor der Prüfung	Frankfurt a.M.	22
24. 5.2011	Mehr Erfolg mit Newslettern	München	15
25. 5.2011	Recht im buchhändlerischen Alltag: Wettbewerbsrechtliche Vorschriften	München	19
29. 6.2011	Facelifting für Buchhandlungen	München	20
6. 7.2011	Firmenkundengeschäft – Lokale und regionale Potenziale nutzen	München	16

Seminare für Buchhandlungen

Termin	Veranstaltung	Ort	Seite
10. 7.2011	Nonbooks beleben Bücher Papeterie & Co. gut konzipiert – erfolgreich umgesetzt!	München	17
23. 7.2011	Basiswissen Buchhandel	München	9
5.10.2011	Local-Marketing im Buchhandel: erfolgreich und praxisnah	München	21
23.10.2011	Buchbesprechungstage Belletristik und Sachbuch	München	10
30.10.2011	Buchbesprechungstage Belletristik und Sachbuch	Nürnberg	10
5.11.2011	Buchbesprechungstage Kinder- und Jugendbuch	Nürnberg	11
6.11.2011	Buchbesprechungstage Kinder- und Jugendbuch	München	11
11. bis 13.11.2011	Prüfungsvorbereitung für Auszubildende: Der »Fitmacher« vor der Prüfung	Frankfurt a.M.	22

Seminare für Verlage

Termin	Veranstaltung	Ort	Seite
8. 2.2011	PR im Internet – Social Networks, Blogs und Onlineportale für die Verlags-PR nutzen	München	33
3. 3.2011	Recht im Verlag: Elektronisches Publizieren – E-Books, Google und Co.	München	35
23. 3.2011	Marketing Praxis – Wie Sie Ihr strategisches und operatives Marketing unter einen Hut bekommen	München	41
6. 4.2011	Personalentwicklung für Verlage und Buchhandlungen	München	27
12. 4.2011	Lizenzverkauf im Verlagsgeschäft – Ein Grundlagenseminar	München	36
4. 5.2011	Industriegeschäft: Chancen und Risiken	München	42
5. 5.2011	Strategien für Internet und Social Media	München	43
10. 5.2011	Die digitale Vorschau	München	44
17. 5.2011	Zielgruppenorientierung für ProduktmanagerInnen	München	45
19. 5.2011	Schreiben mit AIDA & Co: Das Handwerkszeug für professionelle Marketingtexte	München	40
28. 6.2011	Low-Budget-Marketing – Gezielt werben mit kleinen Budgets	München	46
30. 6.2011	Produktion von E-Books	München	29

Seminare für Verlage

Termin	Veranstaltung	Ort	Seite
19. 7.2011	Recht im Verlag: Grundlagen – Urheberrecht und Verlagsverträge	München	37
21. 7.2011	Buchcover erfolgreich gestalten	München	30
15. 9.2011	Rechtliche Fallstricke bei der Pressearbeit – Online-PR	München	38
27. 9.2011	Vom Buch zum digitalen Produkt	München	31
29. 9.2011	Arbeit an Texten und mit AutorInnen – Grundlagen für die Lektoratsarbeit	München	32
26.10.2011	Praxiswissen Print und Produktion für VerlagsmitarbeiterInnen	München	28
27.10.2011	Professionelle Backlistverwertung	München	47
14.11.2011	Basiswissen Buchverlag –Teil 1: Programm und Produktion	München	25
15.11.2011	Basiswissen Buchverlag – Teil 2: Vertrieb und Werbung	München	26
23.11.2011	Recht im Verlag: Bildrechte – Wie Sie rechtliche Fallstricke vermeiden	München	39
8.12.2011	Grundlagen Verlags-PR: Das 1x1 der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Verlag	München	34

Verbindliche Anmeldung per Fax:
089 - 29 19 42 49:

Seminartitel, Seite _____

Name, Vorname _____

Firma _____

Position im Betrieb _____

Rechnungsanschrift _____

Fax _____

Telefon _____

E-Mail _____

Datum, Unterschrift _____

Online-Anmeldung

www.buchhandel-bayern.de oder www.fortbildung-buchhandel.com

Anmeldung per E-Mail

seminare@buchhandel-bayern.de

Anmeldung per Post

Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern Service GmbH
Literaturhaus, Salvatorplatz 1, 80333 München

Anmeldung per Telefon

089 - 29 19 42 43

Sonderkonditionen

Sonderkonditionen bieten wir Auszubildenden der Buchbranche sowie VerlagsvolontärInnen mit 30 % Rabatt (Ausbildungsstatus bitte bei der Anmeldung angeben)



Ein Preis für die Besten im Verkauf: Seit 2004 honoriert das BuchmarktFORUM exzellente Vertriebs- und Verkaufsleistungen mit dem jährlichen SALES AWARD. Die in der Buchbranche einmalige Auszeichnung erhielten 2009 Claudia Reitter/Random House als SALES AWARD für die Gesamtleistung (Bildmitte zwischen Rudolf Frank/dtv und Peter Kraus vom Kleff/Rowohlt) sowie Tom Erben/Aufbau Verlag – SALES AWARD Hauptpreis – und Anja Beutrock/Atrium und Arche – SALES AWARD Nachwuchspreis.

Erfahrungsaustausch für Entscheider

Das BuchmarktFORUM mit seinen Veranstaltungen

- orientiert sich an aktuellen Problemstellungen der Buchbranche
- sorgt für Informationsaustausch bei Themen, die Entscheidern in Verlagen und Buchhandlungen unter den Nägeln brennen
- konzentriert sich auf praxisorientierte Beiträge
schärft den »Blick über den Tellerrand« und bietet konkreten Input branchenfremder Experten
ermöglicht informelle Gespräche, Kontakte und aktives Networking

Nutzen Sie das BuchmarktFORUM als Möglichkeit, Ihre eigenen Innovations-Leistungen zu überdenken und mit Kollegen zu diskutieren. Schöpfen Sie das Know-how aus, das andere mit viel Lehrgeld schon erarbeitet haben.

Informieren Sie sich über aktuelle Angebote im Internet unter

www.buchmarktforum.de

Die Initiatoren:

Dr. Klaus Beckschulte, Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern

Dr. Andreas Meyer, Verlagsconsult, München

Arnd Roszinsky-Terjung, PSM Beratungs- und Trainings GmbH, Korschenbroich

Christian von Zittwitz, BuchMarkt, Meerbusch

Die Partner des BuchmarktFORUMS[®]

VERLAGSCONSULT
DR. ANDREAS MEYER & PARTNER

BUCHCONSULT
BERATUNG & TRAINING

BuchMarkt

HypoVereinsbank
Frankfurt am Main

Landesverband
Bayern
Börsenverein des
Deutschen Buchhandels



Literaturhaus
Salvatorplatz 1
80333 München

Telefon: +49 (0)89 29 19 42 43
Telefax: +49 (0)89 29 19 42 49
www.buchhandel-bayern.de
seminare@buchhandel-bayern.de