



## SEMINARPROGRAMM FRÜHJAHR 2011

### VERLAG / SORTIMENT

- Donnerstag, den **03.03.**  
**9.30 – 17.30**      **Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung**  
Referent: Oliver Albiez
- Dienstag, den **29.03.**  
**9.30 – 17.30**      **Blogs, Tags, Twitter, Social Communities & Co.**  
Referentin: Ulla Herold
- Dienstag, den **05.04.**  
**9.30 – 17.30**      **Mehr Erfolg mit Newslettern**  
Referentin: Ulla Herold
- Mittwoch, den **22.06.**  
**9.30 – 17.30**      **Buchmarketing mit Facebook und Twitter**  
Referentin: Ulla Herold

### VERLAG

- Mittwoch, den **09.02.**  
**9.30 – 17.30**      **Produktion von E-Books**  
Referent: Uwe Matrisch
- Dienstag, den **22.02.**  
**9.30 – 17.30**      **Controlling im Vertrieb**  
Referenten: Ulrich Deurer, Stefan Wantzen
- Dienstag, den **07.06.**  
**9.00 – 17.00**      **Logistik für kleine und mittlere Verlage**  
Referent: Johannes Moskon
- Donnerstag, den **01.09.**  
**9.30 – 17.00**      **Wie begeistere ich Zeitschriftenredakteure für meine Titel?**  
Referentin: Iris Seidenstricker

### SORTIMENT

- Sonntag, den **03.04.**  
**10.00 – 14.30**      **Literaturfrühling: Buchbesprechungstag Sachbuch und Belletristik**  
Referenten: Thomas Bernhardt, Annemarie Stoltenberg
- Mittwoch, den **04.05.**  
**9.30 – 17.30**      **Ein neues Outfit für Ihre Buchhandlung oder: Anti-Aging für den Laden**  
Referentin: Claudia Bollenbacher
- Mittwoch, den **11.05.**  
und  
Donnerstag, den **12.05.**  
jeweils **9.00 – 18.00**      **Basiswissen für Seiteneinsteiger im Sortiment**  
Referenten: Michael Menard, Berit Sybille Schmidt, Christel Storm
- Donnerstag, den **19.05.**  
**9.30 – 17.30**      **Firmenkundengeschäft – Lokale und regionale Potentiale nutzen**  
Referent: Ralf Schiering
- Dienstag, den **24.05.**  
**9.30 – 17.30**      **Web 2.0 und Social Media – Grundlagen und Konzepte für Buchhandlungen**  
Referenten: Susanne Martin, Silke Buttgerit
- Donnerstag, den **26.05.**  
**10.00 – 17.00**      **Erfolgreich Noten verkaufen ist wie gemeinsam musizieren**  
Referent: Dr. Jochen Hillesheim
- Donnerstag, den **16.06.**  
**9.30 – 17.30**      **Die Magischen Momente im Kundengespräch**  
Referent: Jörg Winter



# PRODUKTION VON E-BOOKS

# VERLAG

## Zielgruppe

VerlagsmitarbeiterInnen aus Lektorat, Redaktion, Herstellung und Vertrieb

E-Books sind ein neues Medium in fast allen Buchverlagen. 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 Workflowmöglichkeiten 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?

## Referent

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

## Termin

Mittwoch, den 09.02.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
26.01.2011

## Gebühr

€ 165, –  
**für Mitglieder**  
€ 145, –

## Ort

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 **Berlin**

**Termin**

Dienstag, den 22.02.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
08.02.2011

**Gebühr**

€ 165, –

**für Mitglieder**

€ 145, –

**Ort**

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 Berlin

**Zielgruppe**

VertriebsleiterInnen und VertriebsmitarbeiterInnen in Buchverlagen

Alle wollen alles besser haben und zwar jetzt und gleich. Die Vorgesetzten, die Mitarbeiter, die Kunden. Wer bei stetig wachsenden Anforderungen im Vertrieb einen klaren Kopf behalten will, setzt am besten auf den systematischen Einsatz von Controlling-Instrumenten. Welche Aufgaben und Methoden zur Planung und Steuerung sind wirklich wichtig? Welche Informationen und Konzepte helfen wann und wo? Das Seminar vermittelt Ihnen betriebswirtschaftliches Wissen so praxisnah wie möglich. Dabei spielen ein intelligentes Kostenmanagement und Strategien für nachhaltigen Markterfolg eine besondere Rolle.

**Programm**

Controlling – was ist das?

- Eine Einführung ins operative und strategische Verlagscontrolling
- Erfolgsrechnungen vom Produkt und vom Kunden her
- Steuern mit Deckungsbeiträgen und Kennziffern

Das Vertriebscontrolling

- Struktur und Inhalte
- Werkzeuge und Begriffe
- Chancen und Hindernisse

Anforderungen an moderne Vertriebsarbeit

- Strategisch Denken und Handeln
- Kriterien zur Kundenqualifizierung
- Effiziente Kleinkundenbetreuung
- Kundengerechtes Informationsmanagement
- Bewertung und Erfolgskontrolle von Werbemaßnahmen
- Die Auslieferung: Kosten und Leistungen
- Der Außendienst: Steuerung und Kontrolle
- Der klassische Marketing-Mix: Was immer richtig bleibt
- Übungen und Checklisten

**Referenten**

**Ulrich Deurer** ist Leiter Vertrieb und Marketing im Verlag Antje Kunstmann.

**Stefan Wantzen** ist Verlagsberater, Trainer und Dozent. Er veröffentlichte diverse Fachbeiträge, insbesondere „Betriebswirtschaft für Verlagspraktiker. Jahresabschluss, Kalkulation, Erfolgsplanung.“ (Bramann) Frankfurt, 2008.

# SUCHMASCHINENMARKETING UND SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

VERLAG /  
SORTIMENT

## Zielgruppe

VerlagsmitarbeiterInnen und BuchhändlerInnen aus den Abteilungen Marketing und Vertrieb sowie Online-Management

Gerade für kleine Verlage und Buchhandlungen sind Suchmaschinenmarketing (SEM) und Suchmaschinenoptimierung (SEO) zwei der wichtigsten Instrumente des Online-Marketings zur erfolgreichen Kundengewinnung.

Mit SEM, oft synonym für Google AdWords™ verwendet, gewinnen Sie gezielt neue Kunden – auch mit kleinem Budget und im lokalen Umfeld. Nur wer durch SEO im natürlichen Suchergebnis von Suchmaschinen gut positioniert ist, wird im Internet auch gefunden und gewinnt qualifizierte Besucher. In diesem Seminar lernen Sie die wirksame Planung, Durchführung und Erfolgskontrolle von Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung.

## Programm

### Teil 1: Suchmaschinenmarketing (SEM)

- Welche Bedeutung hat SEM für die Kundengewinnung?
- Was bedeutet Performance Marketing (Leistungsmarketing)?
- Wie planen und optimieren Sie Ihre SEM-Kampagne?
- Wie ermitteln und steuern Sie Ihr SEM-Budget?
- Wie messen Sie den Erfolg von SEM?
- **Übung** in Arbeitsgruppen: Erstellung von Anzeigentexten und Keyword-Listen am Beispiel von Google AdWords™

### Teil 2: Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Wie funktionieren Internet-Suchmaschinen?
- Welche Bedeutung hat SEO für die Kundengewinnung?
- Welche Aspekte sind OnPage und OffPage zu berücksichtigen?
- Wie messen Sie den Erfolg von SEO?
- **Übung** in Arbeitsgruppen: Erarbeitung geeigneter Schlüsselwörter und Schreiben suchmaschinenoptimierter Texte für Webseiten

## Referent

**Oliver Albiez** ist seit 2002 mit tapintoweb® | Online Marketing & Sales als unabhängiger Berater, Coach, Projekt- und Interimsmanager für Online-Marketing und E-Business spezialisiert auf Verlage, Medien- und IT-Unternehmen. Bereits seit 1994 arbeitete er in Verlagen, Internet-Agenturen und bei einem Online-Portal.

## Termin

Donnerstag, den 03.03.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
17.02.2011

## Gebühr

€ 165, –  
**für Mitglieder**  
€ 145, –

## Ort

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 **Berlin**

**Termin**

Dienstag, den 29.03.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
15.03.2011

**Gebühr**

€ 165, –

**für Mitglieder**

€ 145, –

**Ort**

Katholische  
Akademie Hamburg  
Herrengaben 4  
20459 **Hamburg**

**Zielgruppe**

Alle Interessenten in Buchhandel und Verlagen, die sich einen Überblick über die Anwendungen und Dienste in Web 2.0 verschaffen möchten

Unter dem Schlagwort "Web 2.0" sind eine Vielzahl interaktiver Anwendungen entstanden, an denen sich immer mehr Menschen intensiv beteiligen. Sie bringen ihre Meinung in Blogs zum Ausdruck, bewerten ihre Professoren bei mein-prof, verfassen Beiträge in Wikipedia und geben lokale Empfehlungen in Quipe ab. Sie kommentieren Tagesereignisse in Yigg, stellen Fotos in Flickr und Videos in Youtube ein. Sie pflegen berufliche Kontakte über Xing und private über Facebook. Und sie versenden Kurznachrichten über Twitter.

Durch ihre vielfältigen Aktivitäten im "Mitmach-Web" sind sie über traditionelle Medien kaum noch zu erreichen. Wie lassen sich in diesem Umfeld neue Käufer gewinnen? Wo bieten sich Anknüpfungspunkte für das Buchmarketing? Was gilt es zu beachten? Wo liegen Chancen und wo verbergen sich Risiken? In diesem Seminar lernen Sie – zum Teil an Live-Beispielen – zentrale Anwendungen im Web 2.0 kennen. Ziel ist es, Ihnen Informationen an die Hand zu geben, die Ihnen helfen, die Anwendungen zu identifizieren, die für Ihre individuelle Buchwerbung die besten Chancen auf Erfolg beinhalten.

**Programm**

- Was ist neu in Web 2.0?  
Definition, Kennzeichen, Abgrenzung zu Web 1.0
- Anwendungen und Dienste im Web 2.0: Blogs, Wikis, Twitter, Social Communities, Bewertungsportale, Foto-, Video- und Podcast-Communities, Social News, Social Bookmarks, RSS-Feeds, Messenger-Dienste und mobile Anwendungen. Wie funktionieren sie? Was ist ihr Nutzen? Wer beteiligt sich daran? Anknüpfungspunkte, Chancen (und Risiken) für das Buchmarketing
- Best-Practice Beispiele aus der Buchbranche und anderen Unternehmen

**Referentin**

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

# LITERATURFRÜHLING: BUCHBESPRECHUNGSTAG SACHBUCH UND BELLETRISTIK

## SORTIMENT

### Zielgruppe

Alle, die mit Auswahl und Verkauf von Sachbuch und Belletristik befasst sind

In vier ebenso unterhaltsamen wie informativen Stunden stellen Annemarie Stoltenberg und Thomas Bernhardt rund 80 Neuerscheinungen des Frühjahrs vor. Die Beschreibung und die kritische Bewertung der Novitäten geben Ihnen Anregungen für Beratung und Verkauf sowie für Einkaufsentscheidungen.

### Referenten

**Thomas Bernhardt** ist seit 1980 im Buchhandel tätig und macht seit 1997 die Buchbesprechungen der Neuerscheinungen Frühjahr/Herbst.

**Annemarie Stoltenberg** ist Literaturkritikerin, Autorin, Redakteurin und Reporterin beim NDR-Fernsehen. Sie hat zahlreiche Bücher geschrieben und herausgegeben. Daneben erreicht sie mit ihren Buchvorstellungen eine ständig wachsende Fangemeinde. Aus dem unüberschaubaren Berg von Romanen und Sachbüchern, die jedes Jahr im Frühjahr und Herbst erscheinen, wählt sie die besten und interessantesten aus und präsentiert ihre Favoriten.

### Termin

Sonntag, den 03.04.  
10.00 – 14.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
18.03.2011

### Gebühr:

**einschl. Getränke  
und Imbiss**

€ 40,00

**für Mitglieder € 30,00**

**für Auszubildende € 22,50**

**einschl. Getränke ohne  
Imbiss**

€ 32,50

**für Mitglieder € 22,50**

**für Auszubildende € 15,00**

**ab 5 Personen 10% Rabatt**  
(gilt nicht für Auszubildende)

### Ort

Katholische  
Akademie Hamburg  
Herrengraben 4  
20459 **Hamburg**

### Anmeldung

Börsenverein des Deutschen  
Buchhandels  
Region Norddeutschland  
Schwanenwik 38  
22087 Hamburg

Tel.: 040 - 22 54 79

Fax: 040 - 229 85 14

Email: info@

boersenverein-nord.de

## MEHR ERFOLG MIT NEWSLETTERN VON DER ADRESSGEWINNUNG ÜBER DIE OPTIMALE GESTALTUNG BIS ZUR ERFOLGSKONTROLLE

### Termin

Dienstag, den 05.04.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
22.03.2011

### Gebühr

€ 165, –

### für Mitglieder

€ 145, –

### Ort

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 Berlin

### Zielgruppe

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

Mit einem Newsletter informieren Sie Kunden und Interessenten schnell, effizient und kostengünstig über Neuerscheinungen, Sonderaktionen und Serviceangebote. Die Empfänger 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
- Permission Marketing 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

### Referentin

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

# **EIN NEUES OUTFIT FÜR IHRE BUCHHANDLUNG ODER: ANTI-AGING FÜR DEN LADEN MIT EINFACHEN MITTELN AN ATTRAKTIVITÄT GEWINNEN!**

## **SORTIMENT**

### **Zielgruppe**

InhaberInnen von Buchhandlungen

Anreize schaffen für eine „Anti-Ageing-Behandlung“ Ihrer Buchhandlung. Mit wenigen, aber effizienten, Mitteln gelingt es auch handwerklich wenig begabten Inhabern ihrer Buchhandlung ein neues, attraktives Inneres und Äußeres (Schaufenster- und Eingangsbereich) zu geben.

Alle 5-10 Jahre benötigt jedes Ladenlokal eine Überarbeitung. Das muss nicht immer ein Total-Umbau sein, sondern kann auch mit einfachen und mitunter ungewöhnlichen Mitteln erreicht werden.

Dazu gehören neben der Möbilierung u.a. auch die Neupositionierung von Sortimenten, von Kassenplätzen, Überarbeitung der Werbemittel, der CI und vieles mehr.

### **Programm**

- Wann ist der richtige Zeitpunkt gekommen: Zeichen rechtzeitig erkennen und richtig deuten
- Ideen sammeln
- Budget erstellen
- Was muss raus, was kann bleiben!
- Wer kann unterstützen
- Licht, Licht, Licht
- und vieles mehr...

### **Referentin**

**Claudia Bollenbacher** war bereits für Thalia und Karstadt tätig. In dieser Zeit betreute sie zahlreiche Um- und Neubauten und war zuständig für Positionierung, Gestaltung und Ausrichtung des Themas PBS. Seit Januar 2006 ist sie selbstständige Beraterin für Industrie und Handel.

### **Termin**

Mittwoch, den 04.05.

9.30 – 17.30 Uhr

Anmeldeschluss:

20.04.2011

### **Gebühr**

€ 165, –

### **für Mitglieder**

€ 145, –

### **Ort**

Katholische Akademie

Hamburg

Herrngraben 4

20459 **Hamburg**

## SORTIMENT

## BASISWISSEN FÜR SEITENEINSTEIGER IM SORTIMENT

### Termin

Mittwoch, 11.05. und  
Donnerstag, 12.05.  
9.00 – 18.00 Uhr  
Anmeldeschluss:  
28.04.2011

### Gebühr

€ 270, –

### für Mitglieder

€ 220, –

### Ort

Katholische  
Akademie Hamburg  
Herrengaben 4  
20459 Hamburg

### Zielgruppe

MitarbeiterInnen in Buchhandlungen ohne buchhandelsspezifische Ausbildung

In diesem Seminar erlangen Sie grundlegende Kenntnisse über die Organisation des Buchhandels, Lagerhaltung, Beschaffungsquellen, Warenkunde, Preisbindung und das Verkaufsgespräch. Sie erhalten Hilfen und Tipps aus der Praxis und erweitern so Ihr buchhändlerisches Wissen.

### Programm

- Kurze Einführung in die Organisation des Buchhandels
- Buchbeschaffung im Inland
- Buchbeschaffung im Ausland
- Lagerhaltung
- Wichtige Grundregeln des Verkaufsgesprächs
- Warenkundliches Repetitorium
- Informationsmöglichkeiten über Buch und Buchhandel
- Rechtliche Rahmenbedingungen für den buchhändlerischen Alltag

### Referenten

**Michael Menard** ist Geschäftsführer des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, Region Norddeutschland. Zuvor war er in leitenden Funktionen in einem Verlag und einer Buchhandlung tätig.

**Berit Sybille Schmidt** ist Lehrerin für auszubildende Buchhändler/innen in der Landesberufsschule Bad Malente.

**Christel Storm**, ehemals Buchhandlung Groth in Elmshorn.

# FIRMENKUNDENGESCHÄFTE – LOKALE UND REGIONALE POTENTIALE NUTZEN

## SORTIMENT

### Zielgruppe

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

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 und die Anforderungen von Firmenkunden sind gestiegen. Sie erhalten in diesem Seminar umfangreiche Informationen über die Erwartungen von Firmenkunden an Lieferanten und lernen Software-Werkzeuge (E-Procurement-Systeme) kennen, die bei Ihren Kunden zum Einsatz kommen können. Aktive Vertriebsarbeit ist Grundlage erfolgreichen Firmenkundengeschäfts. An Praxisbeispielen wird die Vertriebsarbeit einer Buchhandlung entwickelt und Schritt für Schritt erläutert. Das Seminar ermöglicht es Ihnen, als moderner Dienstleister gegenüber Ihren Firmenkunden aufzutreten.

### 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

Donnerstag, den 19.05.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
05.05.2011

### Gebühr

€ 165, –  
**für Mitglieder**  
€ 145, –

### Ort

Geschäftsstelle des  
Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 **Berlin**

## SORTIMENT

## WEB 2.0 UND SOCIAL MEDIA – GRUNDLAGEN UND KONZEPTE FÜR BUCHHANDLUNGEN

<b>Termin</b> Dienstag, den 24.05. 9.30 – 17.30 Uhr Anmeldeschluss: 10.05.2011	<b>Zielgruppe</b> BuchhändlerInnen
<b>Gebühr</b> € 165, – <b>für Mitglieder</b> € 145, –	Web 2.0 und Social Media waren die Internet-Schlagworte der letzten 12 Monate. Spätestens seit Obamas erfolgreichem Web 2.0-Wahlkampf gelten Twitter, Facebook & Co. als viel versprechende Werkzeuge für PR, Kundenkommunikation und Kundenbindung. Buchhandlungen sind im so genannten Web 2.0, dem Mitmach-Web für alle jedoch immer noch unterrepräsentiert. In diesem Seminar erfahren Sie, wie das Web 2.0 und die Social Media funktionieren, worin ihr Erfolgsgeheimnis liegt. Anhand von Best Practice Beispielen zeigen wir auf, wie Unternehmen in den Social Media erfolgreich aktiv sind. Was sind die Voraussetzungen für erfolgreiche Web 2.0-Strategien? Wo liegen Fallstricke und Gefahren? Mit welchen Kosten und mit welchem zeitlichen Aufwand müssen Sie rechnen? Sie werden in diesem Seminar eine erste Roadmap für die Web 2.0-Aktivitäten Ihrer Buchhandlung entwickeln und einige Tools selbst testen.
<b>Ort</b> Geschäftsstelle des Landesverbandes Lützowstr. 33 10785 <b>Berlin</b>	<b>Programm</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung in das Web 2.0, die Social Media und den User-generierten Kontent</li><li>• Social Media in der Buchbranche – Best Practice Beispiele</li><li>• Technik und Kosten/Aufwand</li><li>• Schritt für Schritt zum Web 2.0-Konzept</li><li>• Wer braucht was? Wer bin ich und was passt zu mir?</li><li>• Gefahren und Fallstricke</li><li>• Datenschutz und Social Netikette</li><li>• Erfolge definieren und Erfolge messen</li></ul>
	<b>Referenten</b> <p><b>Susanne Martin</b> ist seit über 30 Jahren im Buchhandel tätig und seit 1995 Inhaberin der Schiller Buchhandlung in Stuttgart. Die Buchhandlung hatte schon 1996 einen ersten Internet-Auftritt, seit zwei Jahren ist Susanne Martin im Social Web aktiv und war Anfang 2009 eine der ersten twitternden Buchhändlerinnen in Deutschland.</p> <p><b>Silke Buttgerit</b> war ab 1998 über zehn Jahre Geschäftsführerin von TXT, einer Webagentur für Verlage und den Buchhandel. Seit 2000 hat sie diverse Fortbildungen im Bereich Online-PR (nicht nur) für den Buchhandel entwickelt und durchgeführt. Seit 2009 ist sie selbstständige Beraterin für Webkonzepte und Weiterbildungen.</p>

# ERFOLGREICH NOTEN VERKAUFEN IST WIE GEMEINSAM MUSIZIEREN

## SORTIMENT

### Zielgruppe

Fachbuchhändler im Musikalienhandel, InhaberInnen und MitarbeiterInnen im Musikalienhandel

Ziel des Seminars ist die optimale Bedienung des Kunden, der in den Musikalienhandel kommt – vom Eintritt des Kunden ins Geschäft bis zum Kaufabschluss unter dem Gesichtspunkt einer nachhaltigen Umsatzsteigerung. Aufgezeigt werden Fakten und Situationen im Musikalienhandel, die bei Grundmotiven des Kunden immer wieder zum „Scheuklappeneffekt“ führen – er nimmt die Angebote dann nicht oder nicht richtig wahr. Die TeilnehmerInnen erhalten wirksame Tipps, wie sie solche Verstimmungen vermeiden können, so dass der Kunde entspannt ins Gespräch kommt. Gezeigt wird die genaue Ermittlung der Kundenwünsche durch effektive und sympathische Fragen. Trotz hoher Fachkenntnis und besten eigenen Erfahrungen mit dem Produkt scheitern MusikalienhändlerInnen, wenn die Präsentation der Vorteile nicht auf die Wünsche des Kunden aufbaut. Die TeilnehmerInnen lernen, hier kundenzentriert zu argumentieren und ihre Botschaften durch die richtige Verkaufsdramaturgie zu verstärken.

### Programm

- Die schlimmsten Kauflusthemmer im Musikalienhandel und wie man sie vermeidet
- Verdeckter und echter Bedarf – so kommen Sie den eigentlichen Wünschen der Kunden auf die Spur
- Die wichtigsten Produktmerkmale im Musikmarkt
- Präsentieren Sie kundenorientiert die richtigen Produkt-Nutzwerte
- Weniger ist immer mehr – aber wie viele Artikel soll man präsentieren?
- Die häufigsten Einwände, Beschwerden und Reklamationsgründe im Musikalienhandel und wie man sie kundenzentriert löst
- Zusatzverkäufe stimulieren – Überverkäufe vermeiden
- Tipps für die erfolgreiche Zusammenarbeit im Team

### Referent

**Dr. Jochen Hillesheim**, Diplom-Kfm., berufliche Stationen in Fach- und Publikumsverlagen mit angebundenen Buch- bzw. Musikalienhandlungen sowie Internethandlungen. Von 2000 – 2004 Verlagsleiter Noten und Musikbücher bei Schott Music; Konzeption und Aufbau der Musikalienhandelskette Bauer & Hieber. Seit 2005 Unternehmensberater und Trainer mit Schwerpunkt im Bereich des Musik- und Medienmanagements.

### Termin

Donnerstag, den 26.05.

10.00 – 17.00 Uhr

Anmeldeschluss:

12.05.2011

### Gebühr

Die Teilnahme ist kostenlos!

Die Veranstaltung wird unterstützt vom führenden Großhandel für Musikalien MGS Loib sowie vom Verlag Schott Music.

### Ort

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 Berlin

### Anmeldung

Börsenverein des Deutschen  
Buchhandels  
LV Berlin Brandenburg  
Lützowstraße 33  
10785 Berlin

Tel.: 030 – 26 39 18 12

Fax: 030 – 26 39 18 18

E-Mail: [ausbildung@](mailto:ausbildung@berlinerbuchhandel.de)

[berlinerbuchhandel.de](http://berlinerbuchhandel.de)

**Termin**

Dienstag, den 07.06.  
9.00 – 17.00 Uhr  
Anmeldeschluss:  
24.05.2011

**Gebühr**

€ 165, –

**für Mitglieder**

€ 145, –

**Ort**

Literaturhaus Hamburg  
Schwanenwik 38  
22087 **Hamburg**

**Zielgruppe**

Inhaber bzw. Geschäftsführer von kleinen und mittleren Verlagen,  
Vertriebsleiter, Mitarbeiter im Vertrieb

Das Thema Logistik gewinnt immer mehr an Bedeutung. Logistik ist mehr, als nur Waren von A nach B zu schaffen. Logistik bietet Kunden oft Rationalisierungs- und Einsparungseffekte. Neben den Produkten gerät immer mehr die Serviceleistung oder auch Schnelligkeit in den Focus. Damit wird für den Vertrieb die Logistik zur Achillesferse.

In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie Ihren individuellen Bedarf ermitteln und die Logistik entsprechend ausrichten, egal, ob intern oder mit einem externen Partner, und wie Sie sich dadurch Wettbewerbsvorteile sichern.

Es werden Informationen vermittelt, wie der einzelne Verlag seinen Bedarf einschätzen kann, Tools vorgestellt, die bei Entscheidungen und Controlling helfen. Das Seminar wird dabei konkret und praxisnah wichtige Anregungen vermitteln.

**Programm**

- Wie ermittele ich meinen tatsächlichen Bedarf?
- Welche Bedürfnisse haben meine Kunden?
- Wie lege ich die Schwerpunkte fest?
- Wie entwickle ich eine Strategie und definiere Ziele?
- Was ist besser für mich: Interne oder externe Auslieferung? Grosse oder kleine Auslieferung? Volldienstleister oder Teildienstleister?
- Wie zukunftssicher sind meine Partner?
- Auf ausgetretenen Pfaden wandeln?
- Wie teuer darf Logistik sein?
- Wie binde ich die Logistik in die internen Prozesse ein?

**Referent**

**Johannes Moskon**, MK-MediaSolutions GmbH, München

# DIE MAGISCHEN MOMENTE IM KUNDENGESPRÄCH

## SORTIMENT

### Zielgruppe

Inhaber kleinerer und mittlerer Buchhandlungen, Sortimentler, führende Mitarbeiter

Sie entwickeln ein Gefühl für die ganz besonderen Momente eines Kundengesprächs und richten dabei Ihr persönliches Verhalten kundenfreundlich aus. Ihr persönlicher Weg zur Herzlichkeit.

### Programm

- Sie erhalten geeignete Frage- und Gesprächstechniken, um das Kundengespräch lösungsorientiert führen zu können
- Sie erfahren auf spielerische Weise, wie Sie für Ihre Kunden mitdenken und phantasievoll ergänzende Kaufanreize schaffen
- Lernen Sie mit kleinen unkonventionellen Gesten und Ihrer persönlichen Ausstrahlung die Wirkung auf Ihre Kunden zu verbessern. Für noch mehr Selbstsicherheit im Umgang mit herausfordernden Situationen und Menschen
- Stärken Sie Ihre Energiereserven und schaffen Sie gespürte Herzlichkeit, indem Sie die Quellen des heimlichen Motivationsverlustes im Alltag entdecken und austrocknen
- Beschließen Sie Ihr persönliches Trainingsprogramm, um praktische Erfolge zu erzielen
- Es werden keine Rollenspiele durchgeführt. Eine aktive Teilnahme mit viel Neugier ist jedoch unverzichtbar und Voraussetzung für das Gelingen unseres Tages

### Referent

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

### Termin

Donnerstag, den 16.06.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
02.06.2011

### Gebühr

€ 165, –

### für Mitglieder

€ 145, –

### Ort

Geschäftsstelle  
des Landesverbandes  
Lützowstr. 33  
10785 **Berlin**

**Termin**

Mittwoch, den 22.06.  
9.30 – 17.30 Uhr  
Anmeldeschluss:  
08.06.2011

**Gebühr**

€ 165, –

**für Mitglieder**

€ 145, –

**Ort**

Katholische  
Akademie Hamburg  
Herrengraben 4  
20459 Hamburg

**Zielgruppe**

MitarbeiterInnen und Verantwortliche aus dem Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit in Buchhandlungen und Verlagen, die Facebook und Twitter für ihre Unternehmenskommunikation nutzen möchten

Der Bereich Social Media wächst unaufhaltsam. Im März 2010 besuchten 15 Millionen Internetnutzer aus Deutschland die Facebookseite, 290 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit ist Facebook nach Google die meistbesuchte Website in Deutschland. Twitter verteilt in Deutschland eine Million Kurznachrichten am Tag. Die Nutzer vernetzen sich, tauschen Erfahrungen, Eindrücke und Sichtweisen aus und geben Informationen und Tipps weiter. In diesem Seminar lernen Sie Möglichkeiten kennen, wie Sie Facebook und Twitter für Ihr Marketing nutzen können, wie Sie Beziehungen zu Kunden ausbauen und neue Kontakte knüpfen. Es gibt Ihnen Kriterien, um zu entscheiden, welche Maßnahmen und Vorgehensweisen für Ihr Unternehmen und seine Ziele am besten geeignet sind.

**Programm**

**Teil 1: Dialog statt Werbung – Facebook und Twitter verstehen**

Welches Potenzial bieten Facebook und Twitter? Wen treffen Sie dort? Welche Strategien sind möglich? Wie können Sie sich aktiv beteiligen? Welche Inhalte eignen sich für den Dialog? Was gilt es zu beachten? Wo liegen die Stolpersteine? Wie lassen sich Beziehungen aufbauen? Welche Erfahrungen haben andere gesammelt?

**Teil 2: Praxis – Facebook und Twitter effektiv einsetzen**

Facebook: Konzept, Registrierung, Profil, Privatsphäre, Beiträge posten, Startseite mit News Feed, Freunde, Seiten, Anwendungen, Gruppen, Werbung auf Facebook, Facebook Connect, Tools, Erfolgskontrolle

Twitter: Konzept, Registrierung, Profil, Privatsphäre, Funktionen und Dienste, Follower gewinnen, Tweetiquette, Tools, Erfolgskontrolle  
Synchronisieren der beiden Plattformen, Twitter und Facebook in Ihre Website einbinden, Best Practice Beispiele

**Referentin**

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

# WIE BEGEISTERE ICH ZEITSCHRIFTENREDAKTEURE FÜR MEINE TITEL?

VERLAG

## Zielgruppe

Berufseinsteiger, Volontäre, Mitarbeiter in Presse- und Marketingabteilungen, Mitarbeiter mit Aufgabengebiet Online-Kommunikation

In Hamburg sind große Zeitschriftenverlage ansässig. Ein Kernthema der PR-Arbeit ist es, die eigenen Titel in Zeitschriften zu positionieren – die Leserschaft ist groß und vielfältig. Aber wie begeistert man Journalisten für sein Programm? Welche Wege gibt es vielleicht auch abseits der klassischen Rezensionen? Diese und weitere Fragen werden behandelt. Abgerundet wird das Seminar durch einen Redaktionsbesuch eines großen Zeitschriftenverlags, den die Teilnehmer zusammen mit Kollegen der Regionalgruppe Hamburg des AVP e.V. besuchen. Den Tagesabschluss bildet das abendliche Networking beim Hoffmann und Campe Verlag.

## Programm

- Überblick über die Zeitschriftenlandschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Kontaktaufnahme und richtige Ansprache von Journalisten
- Vorlaufzeiten der Zeitschriftenredaktionen
- Rezension, Interview oder Gewinnspiel – welcher Weg eignet sich für welches Medium?
- Entwicklung eines Konzepts anhand eines konkreten Beispiels

## Referentin

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

Das Seminar findet im Rahmen der Sommerakademie PR und Online-Kommunikation statt, kann jedoch auch einzeln gebucht werden.

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

## Termin

Donnerstag, den 01.09.  
9.30 – 17.00 Uhr  
Anmeldeschluss:  
18.08.2011

## Gebühr

€ 195, –  
**für Mitglieder**  
€ 165, –

## Ort

Katholische  
Akademie Hamburg  
Herrengraben 4  
20459 Hamburg

Weitere Informationen über das Angebot der Sommerakademie finden Sie unter:  
[www.mediacampus-frankfurt.de](http://www.mediacampus-frankfurt.de)

## **ALLGEMEINE HINWEISE**

Die Seminarangebote aller buchhändlerischen Landesverbände und des mediacampus frankfurt | die Schulen des Deutschen Buchhandels finden Sie unter:

**[www.fortbildung-buchhandel.com](http://www.fortbildung-buchhandel.com)**

### **Anmeldung**

Bitte melden Sie sich per Fax oder E-Mail an. Ein Anmeldeformular zum Faxen finden Sie auf der letzten Umschlagseite. Bei begrenzter Teilnehmerzahl werden Anmeldungen entsprechend dem Posteingang berücksichtigt.

### **Anmeldebestätigung**

Die Anmeldebestätigung erhalten Sie umgehend nach der Anmeldung. Aus Kostengründen werden bei Buchbesprechungstagen keine Anmeldebestätigungen versandt. Sollten Sie trotz Anmeldung nicht teilnehmen können, bitten wir Sie herzlich um Mitteilung!

### **Ausfallgebühr**

Sie können Ihre Anmeldung bis zehn 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 Referenten 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.

### **Gebühren**

Firmen, die in unserem oder einem der anderen Landesverbände Mitglied sind, nehmen an unseren Seminaren zu einer ermäßigten Gebühr teil. Die im Seminarprogramm genannten Gebühren verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Sie enthalten bei Tagesseminaren die Seminarkosten, das Mittagessen und die Tagungsgetränke. Nicht enthalten sind eventuell anfallende Kosten für eine Übernachtung.

### **Sonderkonditionen**

Sonderkonditionen bieten wir Auszubildenden der Buchbranche sowie VerlagsvolontärInnen mit 30% Rabatt (Ausbildungsstatus bitte bei der Anmeldung angeben). Bei einer Sammelbuchung von mindestens vier Seminarteilnahmen der gleichen Firma erhalten Sie ab dem zweiten Teilnehmer einen Rabatt von 5%. Dies gilt für Seminare des Landesverbands Berlin-Brandenburg, sowohl bei der Anmeldung von einer Person zu mehreren Seminaren, also auch bei der Anmeldung mehrerer Personen zu einem Seminar.

### **Teilnahmebestätigung**

Am Seminartag erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung. Für Buchbesprechungstage werden keine Teilnahmebestätigungen ausgestellt.

Bitte geben Sie das Seminarprogramm an Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter. Vielen Dank!

## ANMELDEFORMULAR

<b>Seminartitel</b>	_____
<b>Name, Vorname</b>	_____
<b>Firma</b>	_____
<b>Position im Betrieb</b>	_____
<b>Rechnungsanschrift</b>	_____ _____
<b>E-Mail</b>	_____
<b>Fax</b>	_____
<b>Telefon</b>	_____
<b>Datum, Unterschrift</b>	_____
<b>Ja <input type="checkbox"/></b>	Ich möchte über die Seminarangebote per Mail informiert werden.
<b>Anmeldung online</b>	<a href="http://www.fortbildung-buchhandel.com">www.fortbildung-buchhandel.com</a>
<b>per E-Mail</b>	<a href="mailto:seminare@buchhandel-bayern.de">seminare@buchhandel-bayern.de</a>
<b>per Post</b>	Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband Bayern e. V. Salvatorplatz 1 80333 München
<b>Per Telefon</b>	(089) 29 19 42 43
<b>Per Fax</b>	(089) 29 19 42 49
<b>Sonderkonditionen</b>	bieten wir Auszubildenden und VolontärInnen der Buchbranche mit 30% Rabatt (Ausbildungsstatus bei der Anmeldung angeben).