

Liber kommt!

Beim Schweizer Buchbranchen-Projekt Liber stehen die Ampeln auf Grün.



Gisèle Ladner, Head of Content & Strategie von Kernbrand in St.Gallen und zuständig für die Kommunikation von Liber: «Wir möchten auf das Schweizer Buchschaffen «gluschtig» machen.»

«Liber» – das ist lateinisch und heisst Buch. Man kann aber auch sagen, der Begriff habe etwas mit Geld zu tun, schliesslich erinnert er an den Fünfliber. Tatsächlich ist Liber «Buch-Geld», mit dem in über 400 Schweizer Buchhandlungen eingekauft werden kann. Kundinnen und Kunden erstehen eine Liber-Note im Wert von 100 Franken, zahlen dafür aber nur 60 Franken. Die fehlenden 40 Franken finanziert ein Fonds, den Stiftungen, Kantone und Städte im Sinn einer Corona-Soforthilfe aufbauen. Liber werden digital auf einer Plattform erworben und danach physisch zugeschickt, damit sie in der Buchhandlung eingelöst werden können. Die Auflage der Liber ist limitiert.

Grosser Schulterschluss

Bis jetzt war Liber ein Projekt in der Planungsphase. Nun aber ist klar: Der Liber kommt. Als Trägerschaft haben sich sämtliche Buchbranchenverbände

der Schweiz – SBVV, LivreSuisse, ALESI, SWIPS, A*dS – zusammengetan; für den gesamtschweizerischen Kreislauf der Liber-Gutscheine zeichnet die Genossenschaft Schweizer Bücherbon verantwortlich. «Der Entscheid, dass das Projekt Liber durchgeführt wird, fiel Anfang Sommerferien», sagt Projektleiterin Sonja Ribì. Der Fonds ist gut geäufnet. Eine genaue Bezifferung sei allerdings erst kurz vor der eigentlichen Lancierung möglich, präzisiert Sonja Ribì: «Wir wollen möglichst viel Buch-Geld in Umlauf bringen und die noch ausstehenden Antworten auf Förderanträge integrieren, wenn wir die Auflage festlegen.» Im Vorstand des neu gegründeten Vereins Liber sitzen Vertreterinnen und Vertreter der gesamten Trägerschaft: Prisca Wirz (Alesi), Nicole Pfister Fetz (A*dS), Olivier Babel (LIVRESUISSE), Tanja Messerli (SBVV) und Patrick Schneebeli (SWIPS, Präsident).

Kampagnenstart: Mitte Oktober

Der Zeitplan ist sportlich: Voraussichtlich ab Oktober soll der Liber-Bon etwa vier Wochen lang erhältlich sein. Begleitet wird die Gutschein-Aktion von einer Kampagne. Sie dreht sich inhaltlich um den Liber-Bon, soll aber auch langfristig auf das Schweizer Buchschaffen aufmerksam machen und zum Besuch einer Buchhandlung anregen. Die Gutscheine können auf einer noch zu bestimmenden Plattform online erworben und danach in den Schweizer Buchhandlungen physisch eingelöst werden. Die Förderkampagne läuft voraussichtlich bis Ende Dezember. Der Liber behält seine Gültigkeit fünf Jahre, das stellt der Partner Bücherbon sicher. Noch tönt das alles recht abstrakt – das wird sich mit Hilfe der Kommunikationsprofis von Kernbrand allerdings bald ändern. Die Trägerschaft hat mit Kernbrand in St.Gallen eine Kommunikationsagentur gefunden, die das Projekt visuell und kommunikativ unterstützt.

Auf Buchhandlungen aufmerksam machen

Gisèle Ladner, Head of Content & Strategie von Kernbrand und Projektleiterin, sagt über die Kampagne: «Wir möchten auf das Schweizer Buchschaffen «gluschtig» machen. Dafür rücken wir die Buchhandlungen in den Fokus, wo die Liber-Bons schliesslich auch eingelöst werden.» Die Liber-Kampagne soll über verschiedene Kanäle wie Social Media, eine eigene Landingpage und die klassischen Medien möglichst viele Menschen erreichen. Sonja Ribì: «Die Liber-Kampagne lebt von der Mitwirkung aller Mitglieder der Trägerverbände. Diese erhalten rechtzeitig zum Kampagnenstart ein Toolkit mit Text und Bildmaterial sowie allen Informationen für ein aktives Mitmachen. Die Verbreitung der Kampagne nach aussen wird über Social Media und als zentraler Ort des Geschehens über die Buchhandlungen im ganzen Land erfolgen. Dort können Bücher, Autorinnen, Übersetzer und Verlage entdeckt und gefördert werden.»

PASCALLE BLATTER
UND MARIUS LEUTENEGGER