

Verlage



Verlegerin Hannelore Hopfer
© edition Lichtland
18.08.2013

Die Sonntagsfrage

Warum machen Sie Guerilla-Marketing, Frau Hopfer?

Die kleine edition Lichtland im Bayerischen Wald, wirbt mit einer knallgelben Postkarte für einen Titel aus ihrem Herbstprogramm. Wie dieses "Guerilla-Marketing" bei Lichtland funktioniert, erzählt Verlegerin Hannelore Hopfer.

Die edition Lichtland ist ein kleiner Zwei-Personen-Verlag: Heinz Lang ist seit Jahrzehnten Buchhändler in Freyung und ich arbeite ebenso lange als Redakteurin. Wir kennen also beide sehr viele Menschen und haben viele Freunde, Bekannte und Verwandte in Deutschland und Österreich. Diesen Plus-Punkt wollen wir fürs Marketing nützen. Wir haben eine knallgelbe Postkarte drucken lassen mit der Frage: **"Bist Du Tetaphrate?"** – die Idee zur Aktion für einen neuen Krimi aus unserem Programm kam uns spontan. Zunächst war natürlich zu klären, welche Frage geeignet ist, nicht sofort als Werbung identifiziert zu werden. Unsere Wahl gefällt uns wegen der direkten Ansprache und des auf den ersten Blick unerklärlichen Wortsinns.



Heinz Lang und Hannelore Hopfer zeigen Gelb. Im Regal ist das dazugehörige Buch zu sehen

© edition Lichtland

Nun bitten wir alle, die wir kennen, diese Postkarten zu verteilen. Die Postkarten gehen also stapelweise an die Arbeitsplätze, Urlaubsorte, Universitäten, Freizeiteinrichtungen, Kulturveranstalter oder Gastronomiebetriebe unserer freiwilligen Helfer. Ziel ist, dass sich möglichst viele Menschen mit der Frage "Bist Du Tetaphrate?" auseinandersetzen und den Namen googeln. Wer das tut, kommt auf nichts anderes als unzählige Einträge zu unserem Buch. Autor Peter Biber hat den Namen nämlich erfunden und mittlerweile sehr viele schöne Rezensionen bekommen, zum Beispiel nach einer Leserunde bei Lovelybooks. Hohe Mobilität und Flexibilität sind für uns die Merkmale von Guerilla. Darauf kommt es bei der friedlichen Nutzung fürs Marketing an. Unser Guerilla-Marketing haben wir erst vor wenigen Tagen begonnen, die erste Resonanz war positiv.

Ich selbst fahre viel mit dem Auto, komme also viel herum und kenne viele Menschen. Worüber mancher klagen würde, ist für die Verbreitung unserer Postkarte ein Vorteil. Werbung soll neugierig machen. Ein Verlagsprogramm irgendwo liegenzulassen wäre sicher nerviger, als eine schöne, gelbe Postkarte, die man sogar verschicken kann. Für einen kleinen Verlag wie unseren mit kleinem Marketingbudget, eine Möglichkeit potentielle Leser zu erreichen, die dann in den Buchhandlungen nach "Tetaphrate" von Peter Biber fragen.

Wie gesagt, wir verteilen die Postkarten zunächst selbst oder durch unsere freiwilligen Helfer – auch in Buchhandlungen. Wir verschicken sie aber natürlich gerne kostenlos an jede Buchhandlung, die sie bei uns anfordert. Vorerst findet sich unsere Frage nur auf Postkarten. Sollte das Konzept aber aufgehen, denken wir durchaus auch an andere Werbemittel. Gestaltet wurde die Karte von unseren Grafikerinnen Edith Döringer und Melanie Lehner, die allen Büchern, Verlagsvorschauen und Lesezeichen der edition Lichtland ihren speziellen Charakter geben.

Social Media sind natürlich ein weiterer interessanter Werbekanal für die edition Lichtland: So sind wir [auch auf Facebook zu finden](#). Das ist eine gute Möglichkeit auf unsere Bücher und Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Und Peter Biber hat ja, wie erwähnt, mit sehr viel Engagement eine sehr erfolgreiche Leserunde auf Lovelybooks betreut. Wir wollen dort demnächst eine ähnliche Leserunde mit Karl Trs zu seinem Buch "Die Legende von Aaron Ostwald" machen.

Übrigens: Sollte beim Lesen jemand Lust bekommen haben, unsere Postkarten auszulegen, eine Nachricht an uns genügt und sie machen sich auf den Weg.

Der Buchhändler Heinz Lang gründete die edition Lichtland (www.lichtland.eu) 2009 in Freyung, seit 2012 ist Hannelore Hopfer mit an Bord. Das Verlagsprogramm umfasst Bücher über Natur, Lebenserfahrungen, Krimis sowie Kinder- und Jugendbücher.

Update 22. August 2013: Auf dem "Guerilla-Weg" sind die gelben Postkarten nach Auskunft von Hannelore Hopfer in den wenigen Tagen der Aktion inzwischen in Berlin, Regensburg, Augsburg, Bad Säckingen, Freiburg, Friedrichshafen, einem unbekanntem Schweizer Ort, Heidelberg, Hamburg, Hadamar, München, Egling, Rohrbach, Nandlstadt, Freising, Eching, Simbach/Inn, Vilshofen, Waldkirchen, Wien, Salzburg und Braunau/Inn gelandet – demnächst nimmt sie jemand mit in den Urlaub auf Korsika. Und die Liste "erweitert sich täglich", freut sich Hannelore Hopfer.