Checkliste „Lesungen für den Buchhandel“

Vorbereitung

- Grundsätzliche Überlegungen zur Konzeption (Einzel-, Schullesung, etc.)
- Datum der Lesung: flexibel oder passend zu Geburtstag oder Jubiläum der Autor*innen?
- Auf ›Konkurrenztermine‹ sowie Feier-, Brückentage, Ferien etc. achten
- Autor*innen-Infos und Pressemappen bei Verlagen anfragen
- Notwendige Daten zur Lesung gebündelt mitteilen: Veranstaltungsort, Beginn, Treffpunkt, Hoteladresse, Ansprechperson, just-in-case-Telefonnummern, Anfahrtsskizze, Abholen der Autor*in
- Lesungsplakate, Werbematerialien, Bilddaten Autor*innenfoto und Vita beim Verlag anfragen, ausgewählte Presse-/Infomappe zusammenstellen
- Veranstaltung über soziale Netzwerke teilen, Facebook-Veranstaltung erstellen (gerne in Kooperation mit dem Verlag, Autor*innenvideos)
    - Bei Ankündigung über soziale Netzwerke, gerne auch avj und Börsenverein per Mail informieren, damit wir Ihre Posts unterstützen können
- Verantwortlichkeiten klären: Autor*innenbetreuung, Moderation, Grußwort, Kasse, Technik etc.
- Geeignete Räumlichkeiten finden und ggf. buchen, gestalten und bestuhlen
- Sonderfenster dekorieren, Plakate verteilen, ggf. Schulen ansprechen
- Rechtzeitig und ausreichend Bücher bestellen (vier Wochen vorher)
- Ankündigung/Einladung mit Antwortmöglichkeit und Pressemappe an die Presse (Anzeigenschluss beachten!) sowie an Kund*innen, Schulen, Kindergärten, Jugendfreizeiteinrichtungen etc.

Am Tag der Veranstaltung

- Regionale Presse nochmals telefonisch einladen (am Vortag)
- In allen Schaufenstern deutlicher Hinweis auf die Lesung
- Autor*in von Bahnhof/Hotel abholen und Getränke und Snacks bereithalten
- Lesepult/-tisch: optimale Platzierung, evtl. Mikro, Leselampe, Glas mit Wasser
- Kurze Begrüßungsrede, später klares Signal zum Ende der Veranstaltung
- Anwesenden Journalist*innen ein signiertes Exemplar des Buches schenken
- Restliche Bücher signieren lassen
- Interessierte Besucher*innen zu einem Gespräch nach der Lesung einladen, falls Autor*in zugestimmt hat

Nachbereitung

- Kontakt mit der Presse aufnehmen und Pressespiegel erstellen (inkl. Datum und Medium)
- Hinweis (z. B. im Schaufenster) auf vorrätige signierte Bücher
- Engagierten Mitarbeiter*innen für die Planung und Durchführung mit einem signierten Exemplar danken

© Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V.