

# Globi – ein Liebling der Nation

Interview mit Gisela Klinkenberg, Leiterin Globi Verlag / Kinderbuchmarken, zum 90. Geburtstag der Marke Globi

*Gisela Klinkenberg, wie trägt der Globi Verlag zum Erfolg der Orell Füssli Gruppe bei?*

Unser Team erarbeitet einen Jahresumsatz von etwa 2 Millionen Franken mit Globi-Produkten, Lizenzeinnahmen, Veranstaltungen und mehr. Seit Bestehen sind insgesamt über 9 Millionen Bücher und 3.3 Millionen Hörspiele verkauft worden. Der erfolgreichste Band "Wie Globi Bauer wurde" ist rund 285'000 Mal verkauft worden. Am wichtigsten scheint mir aber der immaterielle Wert und die Ausstrahlung von Globi zu sein. Er ist ein Sympathieträger und sein Bekanntheitsgrad liegt in der Deutschschweiz bei 98%.

*Globi ist also gut vernetzt?*

Sehr gut vernetzt. Wir arbeiten mit Institutionen wie dem Bundeshaus, der Polizei, der Feuerwehr, der ETH und der Post zusammen, mit Firmen und Fachleuten aus allen Bereichen, im Verkauf, im Lizenzwesen, bei der Entwicklung von Buchinhalten, bei der Organisation von Veranstaltungen und bei vielen weiteren Aktivitäten. Die Liste der Partner ist lang.

*Mit "Globi und Roger" ist Ihnen ein Coup gelungen, wie ist die Partnerschaft mit Roger Federer zustande gekommen?*

Vor mittlerweile etwas über vier Jahren ist die Roger Federer Foundation auf mich zugekommen. Sie wollte Armut in Familien thematisieren. Ich hatte die Familie von Papa Moll empfohlen, weil sie aus meiner Sicht besser zum Thema passt als Globi. Das Projekt wurde aus verschiedenen Gründen nicht weiterverfolgt. Wie mir zugetragen wurde, formulierte Roger schliesslich den Wunsch, ob man nicht ein Globi-Buch mit ihm machen könne. Ich habe mich natürlich gefreut, und so haben wir in Gesprächen und im schriftlichen Austausch mit Roger die Story entwickelt.

*Was macht Globi-Bücher so besonders?*

Ihr Stellenwert in der Schweizer Gesellschaft. Leserinnen und Leser sind neben den Kindern auch Sammler und Fans. Gekauft werden Globi-Bücher hauptsächlich von Eltern, Grosseltern, Verwandten, Freunden und Bekannten. Globi-Bücher liegen beim Kinderarzt und beim Coiffeur auf, sie stehen in Bibliotheken, Schulen und Kindergärten sowie an vielen anderen Orten ganz selbstverständlich im Regal.

*Wie nur wenige Figuren hinterlässt Globi Spuren in der Gesellschaft?*

Ja, das ist so. Globi wird gerne zitiert. Er erhält Geburtstagsgrüsse von Gross und Klein und viele Zeichnungen. Für Führungspersonen

Gisela Klinkenberg



lichkeiten wie Bundesrat Kaspar Villiger und WEF-Gründer Klaus Schwab war der Nationalvogel ein prägendes Vorbild ihrer Kindheit. Globi tritt im Alltag an unerwarteten Orten auf: auf der Titelseite von Wirtschaftsmagazinen, auf Briefmarken, sogar Segelschiffe werden nach ihm benannt. Globi hat in unsere Kultur Eingang gefunden und in unsere Sprache. Denken Sie an den Ausspruch "Bisch en Globi".

## *"Mit über 9 Millionen verkauften Büchern feiert Globi 2022 eine 90-jährige Erfolgsgeschichte."*

*Sie begleiten die Marke bereits seit 2000 als Leiterin des Globi Verlags, sind seit September 1995 im Verlag tätig. Was ist das Erfolgsgeheimnis von Globi?*

Die Figur wird von Generation zu Generation weitergegeben. Wenn bei unseren jugendlichen Lesern im Alter von rund 12 Jahren andere Interessen erwachen, wird Globi positiv im Herzen konserviert und wieder zum Leben erweckt, wenn die nächste Generation da ist.

Ich denke, es ist die Mischung aus Beständigkeit und Anpassungsfähigkeit dank ständiger Weiterentwicklung, die diese Figur so stark macht. 1932 wurde Globi als Reklamefigur der Warenhauskette Globus ins Leben gerufen. In der Schweiz war diese Art der Kundenbindung damals beispiellos. Das erste Buch "Wie Globi Bauer wurde" erschien 1935. Mehr als dreissig Jahre lang erschien eine Globi-Zeitung. Globi-Clubs für Kinder gab es schon, bevor es die Bücher gab. In wirtschaftlich und politisch schwierigen Zeiten war der unbeschwerte Vogel ein Lichtblick für viele. Und so wurde die sympathische Figur, deren Abenteuer dem jeweiligen Zeitgeist entsprachen, immer weitergetragen.

*Wie kam Globi zu Orell Füssli?*

2006 übernahm die Migros die Mehrheit an der Globus Gruppe. Es war zu erwarten, dass der riesige Konzern keinen Platz für so kleine Einheiten wie einen Globi Verlag hat. Das war der Moment, in dem wir entscheiden haben, dass der Verlag in andere Hände gelegt werden sollte. Zusammen mit dem damaligen CEO Thomas Kern habe ich die Verkaufsverhandlungen geführt. Den Zuschlag unter mehreren Bewerbern bekam schliesslich Orell Füssli. Mit der SNB als Aktionärin und der 500-jährigen Verlagsgeschichte war der Orell Füssli Verlag eine gute, solide und sehr sichere Wahl und wir waren überzeugt, dass das Haus mit der Tradition gut umzugehen vermag.

*Was sind die Zukunftspläne von Globi? Begegnet er uns bald auf dem Handy?*

Das ist durchaus möglich. Es laufen immer wieder Gespräche mit Anbietern. Bisher waren aber die Kosten noch zu hoch. Es gibt darüber hinaus Ideen für digitale Umsetzungen, die wir unter anderem mit der ETH weiterspinnen. Vielleicht ist schon bald ein Projekt für eine Umsetzung reif.

## Aktivitäten im Jubiläumsjahr 2022

Neben vielen Aktionen an den Verkaufsstellen finden Veranstaltungen mit Lizenz- und anderen Partnern sowie mit Buchhandlungen statt. Ab April 2022 fährt drei Monate lang ein Globi-Erlebnis-Tram auf verschiedenen Strecken durch Zürich und Umgebung. Das Ereignis wird multimedial begleitet, und alle unsere Partner werden auf die eine oder andere Weise mit einbezogen. Im Museum Kinderwelten in Basel ist eine Ausstellung zu Globis Geschichte für Kinder und Erwachsene von Mai bis Oktober geöffnet. Informationen zu allen Aktivitäten gibt es auf der Website [www.globi.ch](http://www.globi.ch).