

Datum: 23.01.2020, Tel. 0931.40 41 69 0, silke.lehmann@rft-presse.de

Fragen Ping-Pong zur Zukunft der Buchbranche

Andreas Meyer und Katrin Burr fragten im Magazin BuchMarkt (01/2020):

„Wo ist die Vision?“

Buchautor Rudolf F. Thomas antwortet:

„Wo ist die Vision?“, lautet die Frage. Antwort: „Sie steht mehrfach in den Regalen!“ Jedes Buch ist eine Vision, weil bereits erschienen. Die Entscheidung über das Erscheinen haben Schreibende und Verlage getroffen.

„Ist der Kunde auch der Leser?“, lautet im Magazin „BuchMarkt“ eine Frage zur Zukunft der Buchbranche. Die Frage ist so alt wie der Buchdruck. Das geschulte Verkaufspersonal müsste sie jederzeit beantworten können. Eine Voraussetzung bedarf es allerdings: Der ständige Wille zur Kundenkommunikation. Etwa so: „Soll ich Ihnen das Buch als Geschenk einpacken?“ Der Kundendialog ist im Buchhandel allerdings nicht besonders ausgeprägt. Obwohl Bücher Geschichten erzählen, herrscht im Handel überwiegend gähnendes Schweigen - auch in der Online-Kommunikation.

Warum haben Buchgeschäfte eine E-Mail-Adresse, wenn sie Anfragen sowieso nicht beantworten? Filialisten pflegen geradezu eine erhabene Sprachlosigkeit. Sie antworten weder auf E-Mails noch auf Briefpost. Dafür zieren schöne Porträts von den Inhabern die Homepage. Texte, die in längst verblichener familiärer Tradition schwelgen, sollen suggerieren, „wir sind jung, alt, toll, kommunikativ und nur für unsere Kunden da.“ Ist es nicht schade, dass man davon nichts merkt?

Wer oder was sind in den Augen der Buchhändlerschaft die Leute, die es schaffen, zu publizieren? Visionäre, Produzenten, Schriftsteller vielleicht sogar Partner? Was wäre, wenn alle Autoren ein Jahr lang keine neuen Bücher veröffentlichen? Vermutlich Zeit genug, um all die Lektüren, die im Laden lieblos im Regal verstauben, zu verkaufen.

Als Buchautor sehe ich die Zukunft in der Kombination Self-Publishing und Verlag. Meine Leserschaft kann das Buch direkt im Verlag oder wenn gewünscht mit persönlicher Widmung, bei mir bestellen. Das ist mir viel lieber, als wenn meine Bücher am Ende in einer Schütte verramscht werden. Zudem ist das Konzept ökologisch sinnvoll. Außerdem wird es deutlich besser vergütet.

Der stationäre Buchhandel darf gewaltig umdenken. Er muss schleunigst viel mehr Nähe zu Autorinnen und Autoren der Region pflegen. Regionalität gestaltet sich aus Kunden, Leserschaft und Schreibenden. Die Chance für Leser auf eine Begegnung vor Ort mit einem vermeintlichen amerikanischen Bestsellerautor sind gleich null. Dagegen ist die lokale Autorin zum Greifen nah.

Die Buchhändler dürfen hierzulande den Marktanteil von Amazon von „nur“ 20 Prozent tierisch ernst nehmen. Da ist noch ganz viel Luft nach oben. Die könnte für einige Händler in größeren Städten dünn werden, wenn dort der Internetsiege offline geht.

Datum: 23.01.2020, Tel. 0931.40 41 69 0, silke.lehmann@rft-presse.de

Ein Großteil des Buchhandels sollte sich mit vollem Bewusstsein ändern, in dem er als erste Maßnahme vom hohen Ross („wir sind die literarische Kulturhoheit“) absteigt. Der Buchhandel ist Einzelhandel. Handel bedeutet Wandel. Und Verkaufen ist in allem, besagt eine alte Kaufmannsregel. Daher gilt, wer ewig an literarischer Traditionspflege festhält, der ist der Verlierer von morgen. Für die Erkenntnis braucht es nicht einmal eine Vision.



"Als Autor zwischen den Stühlen zu sitzen, ist für mich der anständigste Platz, den es gibt."

Rudolf F. Thomas wurde 1950 in Karlsruhe geboren. Er studierte Marketing, absolvierte ein Volontariat bei einer Tageszeitung, war Redakteur, Korrespondent und Chefredakteur. Fast 30 Jahre arbeitete er als freier Journalist und Kommunikationsberater. Zusätzlich als namhafter Sachbuchautor und als Lehrbeauftragter.

Seit 38 Jahren lebt und schreibt er in Würzburg. Mit seinem Sachbuch-Bestseller "Chefsache Mobbing" (Gabler Verlag Wiesbaden) sorgte er 1993 für ein neues Schlagwort im deutschen Sprachgebrauch. Prompt wurde das bis dahin kaum bekannte Mobbing zum gängigen Begriff für Psychoterror. Es folgten "Kampf der Bürokratie", "Durchwahl zum Erfolg", "Let´s go Online", "Leistungsmarketing kontra Preismarketing" und 2016 "Saboteure des Glücks". Anfang Februar 2019 ist sein Roman "Morgenlatten - Gefährten der Maturität" erschienen.

Direkter Kontakt zum autor@rudolf-thomas.de Verlag www.tredition.de