

VON ANNE-SOPHIE SCHOLL

Es ist kein Geheimnis: Preisverleihungen sind ein beliebtes Mittel, um Beachtung zu mehr. Das ist das Ziel des Deutschen Buchpreises, der jeweils zum Auftakt der Frankfurter Buchmesse vergeben wird - ein Erfolgsmodell, das der Schweizer Buchpreis seit zehn Jahren kopiert. Es ist auch das Ziel des Buchblog-Awards, der nächste Woche erstmals vom deutschen Branchenverband an der Buchmesse verliehen wird.

Während auf der Longlist für den Deutschen Buchpreis 20 Titel stehen, führt die Longlist für den ersten deutschen Buchblog-Award 400 Blogs an. Damit wird klar: Mehr als Kür ist der neue Preis zunächst einmal Auslegeordnung. «Es ging uns vor allem darum, die Vielfalt aufzuzeigen», präzisiert Alexander Viess vom deutschen Branchenverband. Datenjournalistische Auswertungen hatten mehr als 2000 Buchblogs im deutschsprachigen Raum ermittelt. Darunter allerdings solche, bei denen das Buch eine Nebensache war. Für die Longlist gingen 430 Anmeldungen ein, aussortiert wurden jene, die nichts mit Büchern zu tun hatten.

Formale Vielfalt

Bei den verbleibenden 400 auf der Plattform präsentierten Blogs springt die Breite der Formate ins Auge: Neben konventionellen Blogs gibt es Videoblogs, Podcasts und Instagram-Accounts. Die speziellen Formate werden separat aufgeführt und mit einem Sonderpreis honoriert. 39 Booktuber oder Bookstagrammer präsentieren sich auf dieser Liste. Aber auch die klassischen Blogs sind sehr unterschiedlich, in der Gestaltung ebenso wie in der Art, der Auswahl oder dem Inhalt der Texte.

Vielfalt - oft allerdings auch Beliebtheit - zeigt sich ebenso in der Qualität. Anders als bei klassischen Zeitungen ist bei den Blogs jedoch vor allem die passende Zielgruppe das Kriterium. Es gibt alles: Mütter, die Fotos von Kinderbüchern auf Instagram posten, Mädchen, die sich vor einem farbig sortierten Bücherregal mit Liebesromanen filmen, bis zu gut informierten Posts von Leuten aus der Branche - Buchhändler etwa, die teilweise mit Unterstützung ihrer Arbeitgeber Empfehlungen ins Netz verlängern, oder Studierende mit ihrem jeweiligen Fachgebiet.

«Blog ist nur das Medium», betont Susanne Bühler, die sich beim Schweizer Diogenes Verlag seit bald zehn Jahren um Social Media und Blogger Relations kümmert. «Charakteristisch für Blogs ist jedoch die Kommunikation auf Augenhöhe», sagt sie. Es geht also eher um die persönliche Empfehlung als die objektiven Kriterien einer klassischen Literaturkritik. Zudem ist der Austausch mit Lesern wichtig. Und: Da Blogger über die Blogroll mit Links zu anderen Blogs untereinander gut vernetzt sind, multiplizieren sich die Empfehlungen unter Gleichgesinnten. Ob es nun literarische Texte sind, Fantasy oder Jugendbücher.

Eine Knacknuss dürfte beim Buchblog-Award allerdings die Wahl der Sieger sein. Wem spricht man den Preis zu bei formal und inhaltlich so unter-

Digitale Botschafter des Buchs

Früher belächelt, heute ernst genommen: An der Frankfurter Buchmesse wird erstmals ein Buchblog mit einem Preis gekürt. Was erhofft man sich davon?



iStockphoto

schiedlichen Bewerbern? Die Organisatoren haben ein zweistufiges Verfahren gewählt. Die beiden Shortlists mit je sieben Blogs für klassische und spezielle Formate kamen durch Publikumsvoting zustande. Praktisch dabei: Die Zahl der Likes ermöglicht gewisse Rückschlüsse auf die Resonanz. Die 14 Blogs, die es auf die beiden Shortlists geschafft haben, erhielten zusammen mehrere tausend Stimmen, wobei jeder Teilnehmende mehreren Blogs seine Stimme geben konnte.

Dynamische Szene

Die Endauswahl bestimmt eine Jury aus Fachleuten. Deren Zuggpferd ist Felicitas von Lovenberg, ehemalige Feuilleton-Chefin der «Frankfurter Allgemeinen Zeitung» und seit kurzem Verlegerin des Piper Verlags. Kriterien sind keine vorgegeben. Welcher Blog gewinnt, dürfte auch nebensächlich sein. Ziel ist es vielmehr, die Szene als Ganzes ins Scheinwerferlicht zu rücken. Auch der Preis ist eher eine Nettigkeit. Das Interessanteste daran dürfte für die Gewinner sein, im kommenden Jahr zum Team der offiziellen Blogger über den Buchpreis eingeladen zu werden - dies ist wohl auch das heimliche Kriterium dafür, wer zum Sieger gekürt wird.

Der neue Preis verortet sich somit an

der Schwelle zur Professionalisierung. Allerdings: Die Szene sei sehr dynamisch, sagt Susanne Bühler. Blogs werden eingestellt, neue entstehen, Mädchenzimmerbloggerinnen mausern sich zu ambitionierten Leserinnen. Dass sich Buchblogger professionalisieren, wie Blogger in der Foodbranche, der Modebranche oder der Reisebranche, hält Susanne Bühler für unwahrscheinlich. Auch Alexander Viess ist skeptisch. Die Möglichkeiten dazu sind die gleichen: Werbeanzeigen etwa, oder die Verlinkung mit Onlineshops.

Nur: «Mit Buchblogs lässt sich kein Geld machen», sagt Viess, «die Marge ist zu gering, die Reichweite zu niedrig.» Aber: «Sie sind ein interessanter Weg, auf Bücher aufmerksam zu machen.» Das sieht auch Susanne Bühler so. Klassische Medien wie Zeitungen mögen eine höhere Reichweite haben, sagt sie, das merke man im Verlag jeweils deutlich. Dafür erreichen die Blogs andere Leserkreise. Ergänzendes Marketing also, das die Branche für sich entdeckt. Davon zeugt der Award, auch wenn sich Verbesserungen machen liessen, in der Verfeinerung der Auswahl und der Kategorien etwa.

Buchblog-Award: Preisverleihung Freitag, 13. Oktober. www.buchblog-award.de

On- und offline fürs Buch unterwegs

Seit mehr als zehn Jahren betreibt sie einen Blog. Manuela Hofstätter hat sich damit einen Nebenverdienst im realen Leben geschaffen.

VON ANNE-SOPHIE SCHOLL

Für den deutschen Buchblog-Award hat sie sich nicht angemeldet. Man müsse sich selbst nominieren. Um auf die Shortlist zu kommen, müsse man bei seinen Followern weiblern. Und: Der Preis nehme die Blogger nicht ernst, kritisiert sie und lacht. Da gebe es in der Schweiz spannenderer Projekte, findet Manuela Hofstätter. Zum Beispiel den Blog der Universität Zürich, wo Studierende Neuerscheinungen rezensieren und über den Schweizer Buchpreis schreiben. Initiiert wurde dieser Blog von Philipp Theiso, der eine Förderprofessur am Deutschen Seminar innehat und gleich selbst Mitglied der Jury des Schweizer Buchpreises ist, dieses Jahr gar Jury-Sprecher.

Auch Manuela Hofstätter bloggt über den Schweizer Buchpreis. Vor drei Jahren wurde sie erstmals dazu eingeladen. Sie ist in der Schweizer Buchbranche bekannt, die 42-Jährige ist die erfolgreichste Buchbloggerin der Schweiz. Sie ist schon am längsten dabei und hat es geschafft, sich über das Bloggen einen Teilzeitverdienst zu schaffen. «Leseieber» heisst ihr Blog. Ihr Mann, der in der IT-Branche arbeitet, hatte ihr die Plattform zum dreissigsten Geburtstag geschenkt. Die werdende Mutter sollte damit die gelesenen Bücher in Erinnerung behalten und den Austausch mit den Kunden weiterführen können. Das war 2005. Die gelernte Buchhändlerin hatte bis dahin in der Buchhandlung Bücherperron in Spiez gearbeitet.

Mittlerweile sind die Kinder im Schulalter, der Blog ist ihr Arbeitsinstrument geworden. Denn Manuela Hofstätter schafft es, über den Blog on- und offline geradezu ideal zu ver-

binden. Sie stellt Neuerscheinungen in Buchhandlungen, Bibliotheken, Lesekreisen, Firmen und Schulen vor, unter anderem im Rahmen einer Weiterbildung für Bibliothekare an der Pädagogischen Hochschule Bern. Erste Anfragen seien sehr bald gekommen, sagt sie. In den letzten Jahren hätten sie zugenommen, dieses Jahr musste sie erstmals Einladungen ausschlagen, 40 Auftritte im Jahr sind genug. Der Verdienst entspreche mittlerweile etwa dem einer 20- bis 40-Prozent-Stelle als Buchhändlerin, sagt sie. Schreibaufträge trügen dazu bei, kleine Sponsorings der Branche wie jenes des Schweizer Buchbonds oder eben die Einladung, über den Schweizer Buchpreis zu bloggen. Werbung will sie nicht auf ihrem Blog platzieren. Der Blog solle vom Stil her einwandfrei sein.

Persönliche Nähe

Es sind eindrückliche Zahlen, die Manuela Hofstätter vorzuweisen hat: Mehr als 10 000 Leute folgen ihr auf Twitter, ihr Blog erhält zwischen 6000 und 12 000 Klicks pro Tag, einzelne Rezensionen werden 700-mal im Monat aufgerufen. Aber das bedeutet auch Arbeit. Nicht nur das Lesen der Bücher oder das Schreiben der Besprechungen. Auch die Kontaktpflege. Mindestens ein bis zwei Stunden pro Tag verwende sie für ihre Leser, sagt Hofstätter.

Der Austausch auf Augenhöhe und die Nähe zur Person, die hinter dem Blog steht, faszinierten, vermutet sie. Deswegen habe sie angefangen, über Privates zu twittern, aber sehr dosiert - Bilder von der Natur, von Ausflügen mit den Kindern, vom Grillieren. Eine Gratwanderung für sie, aber auch ein Gegengewicht zur Anonymität im Netz. So wie die Auftritte, bei denen sie versucht, die Leidenschaft fürs Buch, das «Leseieber», spielerisch zu vermitteln. Da gibt es auch mal eine Buchverlosung. Oder es wird bei einer Lesung in einer Badi zum Sprung ins Wasser geladen.

Blogs: Manuela Hofstätter, www.leseieber.ch; Uni Zürich, www.buchjahr.uzh.ch

INSERAT

Bauen Sie auch in der Waschküche auf Qualität.



OLMA
Halle 3

WYSS MIRELLA
schweizerisch seit 1909

Informationen zum Waschen und Trocknen mit WYSS MIRELLA: 041 933 00 74
wyss-mirella.ch / 6233 Büron

75lma

St. Gallen
12.-22. Oktober 2017
www.olma.ch

