Wie werden Bücher erfolgreich?

freckle hat Folgendes geschrieben: Den Einfluss der sozialen Medien sehe ich für den gesamten Buchmarkt eigentlich geringer an. Ich habe jetzt keine Zahlen da, aber war es nicht so, dass gut 70 Prozent der Bücher nach wie vor im Buchladen gekauft werden?
Bei den E-Books ist es natürlich anders. Wer da nicht wenigstens ab und zu mal in irgendeine Top 10 kommt, hat es wirklich schwer.

Die sozialen Medien sind auch nur ein Baustein im ganzen Gefüge. Worum es im Kern geht, ist die extreme Bündelung öffentlicher Meinung und Wahrnehmung dadurch, dass sich - zusammengekittet durch Online-Medien - alle Kanäle gegenseitig verstärken.
Der gleiche Effekt entsteht auch durch die Konzentration des Buchhandels auf wenige große Punkte - Amazon als Online-Primus, Ketten wie Thalia und Hugendubel in den Buchläden.
Bestimmt wird irgendwann jemand eine vielbeachtete wissenschaftliche Publikation dazu schreiben und diesem Verstärker-Effekt (der nicht nur bei Büchern, sondern allen Produkten besteht) einen klangvollen Eigennamen geben.

Grundsätzlich ist es so, dass - trotz der vielgepriesenen Individualisierung als Produktfeature - die breite Käufermasse am liebsten das kauft, was andere auch kaufen. Das hat viele Gründe - Konformitätsbedürfnis (man will Teil einer größeren Gruppe sein, man will mitreden können), das Vertrauen auf Schwarmintelligenz (wenn alle es kaufen, muss es gut sein), Mangel an Zeit und Interesse (ich will schnell ein Buch, habe aber keine Zeit, mich eingehend mit der Materie zu beschäftigen).
Vor - sagen wir mal, ca. 20 Jahren, also vor Social Media / Web 2.0 und in einer Zeit, als Thalia und Hugendubel den Buchmarkt noch nicht komplett aufgerollt hatten, es also noch mehr unabhängige Buchgeschäfte gab, verteilte sich die Käuferaufmerksamkeit zwangsläufig auf eine größere Menge an Titeln. Weil jeder Buchladen andere Titel in die Auslage packte, weil es Buchbesprechungen nur in Print-Medien zu lesen gab und die immer einen gewissen Vorlauf brauchen, bis das nächste Magazin auf dem Markt ist. Hypes bauten sich deshalb langsamer auf, und sie waren kleiner. Empfehlungen ergaben sich über persönliche Gespräche, oder eben den Alltag - auch alles viel langsamer.
Bestseller gab es schon immer, aber daneben die große Midlist an ebenfalls erfolgreichen Titeln, die aber viel stärker gestreut waren - aus obengenannten Gründen.

In den letzten Jahrzehnten hat sich zum einen das Angebot am Buchmarkt hochverdichtet. Grob vereinfacht heißt das Zauberwort Zentraleinkauf. Große Buchhandelsketten regeln zentral, was in den Regalen all ihrer Filialen steht, sie kaufen bei den Verlagen Masse, weil das finanzielle und logistische Vorteile hat, aka Kosten senkt und Profit steigert. Es gab mal ein Interview mit dem Chefeinkäufer der Buchabteilungen einer großen Kaufhauskette, der erklärte, in den 20 Jahren auf dieser Position nicht ein einziges Buch gelesen zu haben.
Klar, es gibt auch immer noch ein bisschen Spielmasse, aber im Kern steht dann überall das gleiche Programm auf den begehrten Plätzen. Diese Titel werden fast automatisch zum Bestseller, einfach weil sie sichtbar sind.
Verlage schneidern ihre Programme so, dass sie den Bedürfnissen dieser Industrie perfekt entgegenkommen. Sie treffen eine Vorauswahl, in der sie 'Spitzentitel' deklarieren, die sie mit viel Werbung noch attraktiver gestalten.
Im Detail ist das alles noch etwas komplexer, würde aber jetzt den Rahmen sprengen - jedenfalls, das Ergebnis nach Jahrzehnten dieser Politik ist, dass die Verlage ihr Einkommen nicht mehr mit 50 oder 100 Midlist-Titeln sichern, sondern auf den kometenmäßigen Einschlag von 2 oder 3 Superbestsellern hoffen müssen - der sie entweder reich macht, oder sie ruiniert, weil der Markt manchmal irrational reagiert. Warum

Dieser Text stammt aus dem Deutschen Schriftstellerforum / http://www.dsfo.de

Wie werden Bücher erfolgreich?

machen sie sich dann noch die Mühe, ihr Programm mit Newcomern und B-Autoren aufzufüllen, fragt man sich. Betriebswirtschaftlich gesehen deshalb, weil auch die Superbestseller mal klein angefangen haben, und bei jedem Buch die winzige Chance besteht, dass es ein Komet werden könnte. Und der Verlag, der dann die Erstrechte hat, das Geschäft seines Lebens macht. Deshalb ist es unklug, auf dieses Potential zu verzichten. Aber weil die Chance so klein ist, steckt man auch nicht viel Aufwand rein. Darunter leidet (finanziell) dann die große Armee an Autoren, die sich zwar das Verlags-Wappen ans Revers stecken kann, aber dann doch nur mit Honoraren zwischen 2 - 5.000 EUR pro Buch nach Hause geht. Wenn überhaupt.
Okay, das ist jedenfalls die Buchhandelsseite des Phänomens.

Von der anderen Seite kommen Web 2.0 und Social Media (bzw. tun sie das schon seit ein paar Jahren).
Wenn es heute Buchbesprechungen oder die Neuankündigung eines Titels gibt, bouncen sie quasi in Echtzeit durch sämtliche relevanten Platformen im Netz. Leute teilen Artikel wiederum in ihre Netzwerke usw., Verlage bekommen postwendend Leser-Echos, quer durch die Weltgeschichte wird bewertet und rezensiert. Zahlreiche Platformen wie Amazon haben ein 'Most Popular' Ranking, d.h. hier verstärken Algorithmen noch mal das Leserinteresse und ziehen damit wiederum noch mehr Interesse an.
Nur weil wir mit Unmengen von Informationen überflutet werden, heißt das aber nicht automatisch, dass wir sie alle aufnehmen. Die paar Themen, die herausleuchten, weil sie sowieso schon omnipräsent sind, werden nun von noch mehr Lesern aufgenommen und weiterverbreitet. Eine also ohnehin schon stark verengte Fokussierung wird auf diese Weise noch einmal verengt und das Ergebnis multipliziert.

Natürlich macht der SocialMedia - Teil vom Internet auch andere Dinge möglich, eröffnet neue Aufstiegschancen für Bücher, die früher schon viel eher durchs Raster gefallen wären.
Aber auch dort greift das gleiche Prinzip. Hat es ein Kandidat über eine kritische Masse der Aufmerksamkeit hinaus geschafft, wird er automatisch von den Verstärkermechanismen erfasst und immer weiter hochgezogen.

Lesen Sie hier die komplette Diskussion zu diesem Text (PDF).

Dieser Text stammt aus dem Deutschen Schriftstellerforum / http://www.dsfo.de