

Meinungsbilder 2020

Zwischen Krisenmanagement und strategischer Positionierung: Welche Lehren nimmt die Branche mit? Das ist eine der Fragen, die buchreport 2020 in rund 200 Interviews beleuchtet hat. Schlaglichter:



Jochen Grieving,
Buchhandlung
Transfer
(Dortmund)

Ich habe immer wieder das Gefühl, dass man in der Buchbranche

meint, sich in Sack und Asche kleiden zu müssen, um jede Dienstleistung so preiswert wie möglich an den Mann zu bringen. Diesen Standpunkt teile ich überhaupt nicht, weil gerade im Versandgeschäft erhebliche Kosten entstehen – das gilt übrigens auch für andere Bereiche, etwa bei Veranstaltungen, wo der Buchhändler häufig draufzahlt.



Doris Janhsen,
Droemer Knaur

Eine Zeit lang haben viele Verlage versucht, auch Droemer Knaur, erfolgreiche Selfpublisher zu klassischen Verlagsautoren zu machen.

Das hat aber längst nicht immer geklappt. Viele Autoren sind bewusst zurückgegangen ins Selfpublishing, weil sie da eine andere Leserbindung haben. Diese Community-Bindung fehlt den meisten Verlagen, da sind wir nach wie vor zu behäbig. Wenn man Selfpublishern erklärt, wie viele Stationen es zwischen Autor und Leser traditionellerweise gibt, dann schütteln die nur ungläubig mit dem Kopf.



Katharina Nachtsheim,
Autorin

Der Buchmarkt wandelt sich, alles wird flexibler. Es ist ein bisschen wie in den Schulen: Der starre

Frontalunterricht weicht flexiblerer Gruppenarbeit, das Ganze geschieht mehr auf Augenhöhe. Diese Entwicklung passt gut zu Bloggerinnen, denn wir sind einfach nahbarer als professionelle Fachautoren. Wir wissen sehr genau, was die Mütter von heute beschäftigt, weil

wir eine sehr direkte, vertrauensvolle und ehrliche Kommunikation mit unseren Leserinnen haben.



Marlene Taschen,
Taschen Verlag

Ich glaube, dass das Schnäppchen-Interesse überschätzt wird. Die Menschen sind gerade in diesen

Zeiten schon an Wertigem interessiert, ob für sich selbst oder wenn sie etwas verschenken. Und der Handel merkt, dass man unsere Bücher, die 50, 100 oder 150 Euro kosten, ebenfalls sehr gut verkaufen kann und so wächst die Offenheit, Höherpreisiges anzubieten.



Michael Zirn,
Frech Verlag

Der Begriff Ratgeber existiert seit 30 bis 40 Jahren und wir merken, dass er nicht mehr in die heutige Zeit