

Schon bald zittern die Hände nicht mehr Buchhandlungen müssen sich etwas einfallen lassen, um die Corona-Zeit so unbeschadet wie möglich zu überstehen. Eine Lösung liegt erstaunlich nahe: das Internet

Von Isabella Caldart

Viele Buchhandlungen fürchten derzeit um ihre Existenz. Wer sich aber umhört unter Buchhändler:innen, kann auch Überraschungen erleben. Es sei wie kurz vor Weihnachten, im Moment gebe es einen Run auf Bücher – das sagen, entgegen dem allgemein eher krisenhaften Trend im Buchgeschäft, zumindest die Buchhandlungen, die für diesen Text interviewt wurden. Allesamt sind sie sehr präsent in den sozialen Medien. Klar scheint also zu sein: Je länger der Corona-Shutdown anhält, desto wichtiger ist eine gute Onlinepräsenz. Vor allem Instagram ist dabei ein relevantes Tool.

Besser zu spät als nie, lautet dabei der wichtigste Rat, den Buchhändler:innen mit gut laufenden Kanälen ihren Kolleg:innen geben. Und der zweite Rat ist, auch auf Instagram als beratende Personen aufzutreten. Denn genau darin besteht die Chance: den User:innen das Gefühl zu vermitteln, sie befänden sich via Smartphone in der Buchhandlung. Was in weniger krisenhaften Zeiten ein sympathischer Extraservice ist, kann jetzt für das Fortbestehen unabhängiger Buchhandlungen essenziell werden. Denn wo kaufen diejenigen ein, die verstanden haben, dass von Onlinebestellungen bei Amazon aus vielerlei Gründen abzuraten ist, aber keine Stammbuchhandlung haben? Im Zweifel in der Buchhandlung, die sie bereits aus dem Internet kennen.

Einer, der Instagram genau kennt, ist Florian Valerius, Deutschlands Vorzeigebuchhändler. „Bookstagrammer“. Seinen Account @literarischerneerd haben fast 19.000 Menschen abonniert, die seine sehr persönlichen Empfehlungen schätzen: Regelmäßig kommen Menschen in die Trierer Buchhandlung Stephanus Bücher, in der er arbeitet, zeigen ein Foto von ihm und fragen nach dem abgebildeten Buch.

Bereits seit Jahren kämpft Valerius dafür, dass seine Kolleg:innen im Buchhandel die Bedeutung des Internets begreifen. „Beim Onlineversand denken alle an Amazon.

Das Netz ergötzt nun das Schaufenster der Buchläden. Kleine Buchhandlung in Hamburg
Foto: Jandke/Caro/fotofinder



Vielen Kund:innen ist nicht einmal bewusst, dass die meisten Buchhandlungen Websites mit Warenkorb haben – weil das nie kommuniziert wurde.“ Instagram hält er für ein gutes Medium, um Hemmschwellen abzubauen. „Der Buchhandel muss nahbar, menschlich sein“, sagt er. „Dafür sind Social-Media-Kanäle großartig, weil man einen persönlichen Kontakt per Du pflegen, das Team und die Buchhandlung zeigen kann.“

Buchhandlung zeigen ist das Stichwort: Maria-Christina Piwowarski, Buchhändlerin bei Ocelot in Berlin-Mitte, muss ihr telefonisches Interview verschieben, da sie noch damit beschäftigt ist, einen virtuellen Rundgang durch den Laden auf Instagram zu posten. „Ich bekomme im Sekundentakt Nachrichten“, sagt sie kurz darauf. „Die Leute schreiben, wie sehr sie sich freuen, weil es ihnen das Gefühl gibt, vor Ort zu sein.“

Piwowarski bezeichnet Social Media als „erweitertes Schaufenster, das über den regionalen Bereich hinausgeht“. Sie findet deutliche Worte. „Das rettet uns jetzt. Auch viele, die nicht zu unserer Laufkundschaft gehören, nutzen unseren Shop, weil sie uns kennen und unterstützen wollen.“

Ähnliches erlebt die Nürnberger Buchhandlung Jakob, für die Lilly Ludwig und Lisa Neher unter @bookup-

withjakob posten. Es gibt sogar internationale Bestellungen, von der Schweiz bis nach Schweden. „Das sind nicht nur Stammkund:innen dabei, sondern auch viele neue“, sagt Ludwig, „und von denen kommen viele über Instagram.“

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Instagram jetzt genutzt werden kann. Valerius etwa gibt gemeinsam mit der Autorin Mareike Fallwick während des Lockdown jeden Montag per Livevideo Buchtipps auf dem offiziellen Kanal von Hugendubel, die er als Vorbild in Sachen Instagram-Pflege sieht: „Sie haben ein durchdachtes Konzept, wissen, wie sie ihr Zielpublikum ansprechen, und haben ihren Feed in den Hugendubel-Farben gehalten.“

Instagram gekonnt genutzt

In Hamburg-Eimsbüttel zeigt man sich als Reaktion auf Corona kreativ. Die Buchhandlung Lüders entwarf kurzerhand ein „Survival Kit“. „Die Kund:innen geben uns ihre Preisvorstellung und, wenn sie möchten, Anhaltspunkte, was sie gerne lesen. Wir stellen dann Boxen für sie zusammen“, erläutert Inhaberin Ragna Lüders. Beworben wird das Kit vor allem auf Instagram, ein Medium, das kaum eine Buchhandlung so gekonnt nutzt wie Lüders. Die Fotos kunstvoll zu inszenieren bedeutet hohen Aufwand. „Für einen Post benötige ich bis zu

einer Stunde.“ Zeit, die Lüders gerne investiert. „Ich möchte, dass die Menschen glücklicher aus der Buchhandlung gehen, als sie reingekommen sind. Ein ähnliches Gefühl versuche ich, auf Instagram zu vermitteln.“

Allerdings: „Ich stecke da genauso viel Herzblut rein wie in meinen Job als Buchhändlerin. Die Intention, Instagram nur deswegen zu betreiben, um Kund:innen zu gewinnen, kann ich mir schwer vorstellen.“

Neher und Ludwig posten unterdessen Buchempfehlungen auf IGTV, der App-eigenen Videoplattform. „Beratung macht die kleinen Buchhandlungen aus“, erläutert Ludwig. „Wir wollen jetzt bewusst von nur Foto und Text weg, weil da das Persönliche verloren geht, anders als im Video“, ergänzt ihre Kollegin.

Auch das Team des Ocelot lädt jeden Tag ein IGTV-Video hoch. „Wir versuchen, Inspiration für den Einkauf im Webshop zu bieten, damit die Leute zu Hause bleiben“, erläutert Piwowarski. Die Berliner Buchhandlung hat nach wie vor geöffnet – allerdings mit einem Vorbau aus den umfunktionierten Tischen des Cafébereichs, damit die Menschen im Eingang bleiben.

Und wie startet man mit einem Instagram-Account? Alle fünf Buchhändler:innen empfehlen, einfach zu machen. „Ich hatte keine Techniken-

nisse, als ich anfing. Das war alles learning by doing“, erinnert sich Valerius.

Maria-Christina Piwowarski sieht das ähnlich. „Das ist keine OP am offenen Herzen. Das Risiko ist sehr gering, es kostet nichts und nach ein paar Posts hören die Hände auf zu zittern.“

Nicht perfekt zu sein ist sogar eher ein Vorteil. „Wir stellen uns beim Dreh vor, die Kamera wäre ein Kunde“, sagen die Nürnbergerinnen Ludwig und Neher. „Unsere Follower:innen schätzen die Authentizität.“ Für Ragna Lüders ist das ebenfalls wichtig. „Man muss ehrlich über die Bücher sprechen und nicht einfach nur sagen: Das ist toll, um es zu verkaufen.“ Und sie rät, Personen zu zeigen. Das sieht Valerius auch so: „Zeigt euer Gesicht, präsentiert euch als Buchhändler:innen!“ Piwowarski hat ähnliche Tipps parat. „Zu Beginn sollte man die einzelnen Mitarbeiter:innen vorstellen, was sie lesen und begeistert, um aus der Anonymität rauszukommen.“

Loslegen lautet also die Devise. Spätestens in der Corona-Krise wird sich zeigen, wie resilient der hiesige Buchhandel ist. Oder, um es mit den Worten von Lilly Ludwig zu sagen: „Das ist die historische Chance dieser Misere – ein stärkeres Bewusstsein zu schaffen und Wertschätzung dafür zu bekommen, was Buchhändler:innen alles leisten.“

Der Biologe hatte recht

Technoproduzent Robot Koch hört auf Jacques-Yves Cousteau

Technoproduzent Robot Koch heißt eigentlich Robert Koch. Mit seinem berühmteren Namensvetter, dem Arzt Robert Koch, ist er nicht verwandt, vielleicht profitiert Robot Koch trotzdem davon, dass das Robert-Koch-Institut derzeit die Blicke auf sich zieht.

Wie der Nobelpreisträger hegt auch Robot Koch großes Interesse an den Naturwissenschaften. Coverrückseite und Inlet seines neuen Albums „The Next Billion Years“ zieren graue Computergrafiken, die aussehen wie Viren, vergrößert unter einem Mikroskop. Auch thematisch passt das Album zur Zeit: Robot Koch macht sich Gedanken über die Zukunft des Planeten Erde. In den zwölf Tracks werden der Klimawandel, die Ausbeutung der Natur und die gravierenden Folgen der Überbevölkerung verhandelt. Anregung dafür fand Koch in einem Trödeladen in Los Angeles, wo er seit einigen Jahren lebt. Dort erstand er ein Tape mit dem Schriftzug „Cousteau“. Früher, in Berlin, arbeitete Robot mit Sasha Perera am Projekt Jahcoozi. In Kalifornien komponiert er nun vor allem Film- und TV-Musik, Berühmungsangst mit Kitsch und Kommerz kennt er dabei nicht.

Beim Abhören des Tapes zu Hause stellte es sich als Aufnahme eines Vortrags des Meeresbiologen und Dokumentarfilmers Jacques-Yves Cousteau aus dem Jahr 1973 heraus. Damals machte sich der Franzose einen Namen als Meeresschützer und Freund der Natur. Seine Dokumentarfilme über Unterwasserwelten im Nachmittagsfernsehen wurden in den 1970ern von vielen belächelt, aber von Kindern geliebt.



Foto: Siiri Kumari

Robot Koch war sofort ange-tan davon, wie relevant Cousteaus Berechnungen der Zukunft bereits 1973 ausfielen. Cousteau hatte damals exakt vorhergesagt, wie negativ sich fossile Brennstoffe auf das Klima auswirken und wie sehr sie zur Erderwärmung beitragen, früher als andere regte Cousteau strikteren Schutz der Umwelt an, er war darin durchaus Avantgarde.

Robot Koch produziert Großraumtechno. Die Musik für „The Next Billion Years“ ist in Zusammenarbeit mit dem estnischen Dirigenten Kristjan Järvi entstanden und wurde von Orchester-musikerInnen eingespielt. Er habe an die Idee vom kosmischen Bewusstsein gedacht und sich dabei vorgestellt, in Honig zu stehen, erklärt Robot Koch seinen Sound, der gleichzeitig einladend und schroff wirkt.

Julian Weber

Robot Koch: „The Next Billion Years“ (Modern Recordings/BMG)

unterm strich

„Die Geschichte läuft wieder, nur eben rückwärts. Wie erobert Ihr Euch die Zukunft zurück?“ Gestellt hat die Frage Schriftstellerin Kathrin Röggla, Preisträgerin des „Wortmeldungen“-Förderpreises 2019. Antworten sollen junge AutorInnen nicht älter als 30, bis zum 30. Juni 2020. Infrage kommen solche, die noch keine literarische Buchpublikation veröffentlicht haben. Antworten können in Form von Kurz-

prosa, Erzählung, Rede oder Essay sein. Die Jury des von der Crespo-Stiftung gestifteten Wortmeldungen-Preises ist hochkarätig besetzt, neben Röggla etwa mit der Lektorin Juliane Schindler und dem Verleger Jörg Sundermeier.

Aus den USA kommen Nachrichten, an die wir uns niemals gewöhnen werden. In den letzten Tagen sind an den Folgen des Coronavirus mehrere MusikerInnen

gestorben, am bekanntesten Jazzpianist Ellis Marsalis, Vater der ebenfalls bekannten Wynton und Branford Marsalis und Gewissen der Jazzszene von New Orleans. Ellis Marsalis wurde 85 Jahre alt. 52-jährig verstarb Adam Schlesinger, Bassist der New Yorker Rockband Foundations of Wayne. Auch Sandy Anderson, Bassist der genialischen New Yorker Synthie-Funkband Unlimited Touch, ist am Mittwoch gestorben.

berichtigung

Wir berichteten, dass Emily Dickinson eine Liebesbeziehung zur Schwägerin hatte, nach ihrem Tod alles Lesbische aus ihren Texten herausgedigert wurde. Anlass war die Verfilmung der Liebesgeschichte, wobei im Fotonachweis das „Salzgeber“ von der Edition Salzgeber abgeschnitten wurde. War keine Absicht!