

Leipziger Buchmesse: Vom 23. bis 26. März 2017 lockt die Leipziger Buchmesse Bücherfreunde in den Osten der Republik. Vor Ort ist auch Sarah Reul aus Hanau: Als Bloggerin spielt sie für die Buchbranche im digitalen Wandel eine wichtige Rolle.

Ins Netz gegangen, um über Bücher zu schreiben

Literatur: Die Hanauerin Sarah Reul bloggt als »Pinkfisch« über ihre Leseindrücke – Szene über Soziale Medien bestens vernetzt – Leipziger Buchmesse ist »Klassentreffen«

Von unserer Redakteurin
MONI MÜNCH

HANAU. Seit Sarah Reul über Bücher bloggt, ist ihr Leben so spannend wie ein guter Roman: Vor zehn Jahren hat die Hanauer Buchhändlerin angefangen, Leseindrücke auf ihrer Internetseite »Pinkfisch« ins Netz zu stellen. Heute liegt die 30-Jährige in der Topliste der deutschsprachigen Buchblogger unter den ersten 100 – und ihr Terminkalender ist so voll wie nie.

In und um Hanau hat sich Reul als Literatur-expertin eimen Namen gemacht; immer neue Ideen und Projekte flattern in ihr Postfach und durch ihren Kopf, viele davon landen früher oder später auf ihrer Wordpress-Seite. Ihre Beiträge zum Blogbuster-Preis der Literaturblogger zum Beispiel, bei dem Sarah Reul zur Zeit mitmacht (siehe »Hintergrund«).

Vor allem aber nutzt sie jede freie Minute, die neben Job und Mamapflichten bleibt, zum Lesen oder zum Schreiben über Bücher. Wann immer möglich, trifft Reul auch andere Literaturblogger – etwa auf der Leipziger Buchmesse, die diesen Donnerstag begonnen hat.

»Wie ein großes Klassentreffen ist das«, sagt Sarah Reul und strahlt.

Mit ihrem Hobby gehört die 30-Jährige zu einer Gruppe von Bücherfreunden, die wächst: Buchblogger schreiben auf, wie ihnen Bücher gefallen, geben Bewertungen ab, vernetzen sich über die Sozialen Medien, erreichen ein wachsendes Publikum. Sarah Reul hat gut 2000

Follower auf ihrem Pinkfisch-Twitterkonto, rund 800 Anhänger auf Facebook, 900 auf Instagram.

Allerdings: Geld verdienen – wie unter Mode- oder Lifestylebloggern üblich – könne man mit Buchblogs nicht, ist Reul überzeugt. »Bücher werden immer ein Nischenthema bleiben«, sagt sie. Für Rezensionen Geld von Verlagen zu nehmen, kommt für sie nicht in Frage: »Da leidet die eigene Glaubwürdigkeit total.«

Trotzdem hat Reul selbst erfahren, was ein Blog bewirken kann – Türen öffnen, zum Beispiel: »Es kann eine Möglichkeit sein, dass Leute aufmerksam auf dich werden«, sagt sie. Und wirklich: Wer mit Verlagsleuten über Sarah Reul spricht, hört über »Pinkfisch« nur Gutes.

Doch vom Namen des Blogs sollte sich niemand täuschen lassen: Nur rosarot ist das, was Reul über Bücher zu sagen hat, nicht. »Ich mag es, mit Erwartungen zu spielen«, erklärt die hauptberufliche Buchhändlerin, die von der schweren Kost bis zum Cornwall-Roman alles liest, nur selten Krimis. Sie versucht, ihre Leser auch auf ungewöhnliche Pfade zu führen: Etwa wenn sie zum Indie-Book-Day Bücher von unabhängigen Verlagen vorstellt.

Trotzdem hat Reul, die lieber kurze Empfehlungen als lange Rezensionen schreibt, ihrem Blog den Untertitel »Kein Feuilleton« mitgegeben. Warum? »Ich will den Leuten Lust machen auf ein Buch«, sagt sie, »das passiert selten dadurch, dass ich es auseinandernehme.« Und wie ein Roman ausgeht, verrät Sarah Reul sowieso nicht – es soll ja spannend bleiben.

 Pinkfisch im Netz:
www.pinkfisch.net

»Ich will den Leuten Lust machen auf ein Buch.«

Sarah Reul, »Pinkfisch«

Hintergrund: »Blogbuster« – Preis der Literatur-Blogger

Buchblogger werden selbstbewusster – und bekommen in der Buchbranche mehr und mehr Anerkennung. Ein Zeichen für beides ist der **»Blogbuster«-Preis**, den eine Gruppe von Literaturbloggern in diesem Jahr erstmals vergibt – unterstützt werden die Initiatoren unter anderem vom renommierten **Literaturkritiker Denis Scheck**, vom **Klett-Cotta-Verlag** und von **Literaturagentin Elisabeth Ruge**. Die Idee hinter dem Preis: Autoren können bisher **unveröffentlichte Manuskripte** einsenden, **15 Blogger** – darunter auch **Sarah Reul** alias »Pinkfisch« – wählen daraus die besten Texte aus. Eine Jury wählt aus dieser Shortlist einen Roman, den der Klett-Cotta-Ver-

lag in seinem Herbst-Winter-Programm 2017 als **Buch veröffentlicht**. In der Jury sitzen neben Denis Scheck und Elisabeth Ruge auch Tom Kraushaar (Verleger Klett-Cotta-Verlag), Lars Birken-Bertsch (Frankfurter Buchmesse) und der Buchblogger **Tobias Nazemi** (»Buchrevier«), der die Idee zu dem Preis hatte. Der Einsendeschluss für den Blogbuster-Preis ist bereits vorüber, **252 Manuskripte** sind eingegangen, am **4. Mai** wird der Preis in Hamburg vergeben, im Herbst wird der Roman auf der **Frankfurter Buchmesse** vorgestellt. (mm)

 Mehr Infos:
www.blogbuster-preis.de



Pink ist ihr Markenzeichen: Die Hanauerin Sarah Reul bloggt unter dem Namen Pinkfisch über Bücher. Das lässt sich mit ihrem Job prima verbinden: Reul arbeitet im Buchladen am Freiheitsplatz. Foto: Stefan Gregor

Lesetipps von Sarah Reul

Lieblingsbuch?

»Kafka am Strand« von Haruki Murakami. **Lesetipps** im aktuellen Frühjahrsprogramm?

- »Elefant« von Martin Suter: »Der macht einfach wieder richtig großen Spaß«.
- »Ein wenig Leben« von Hanya Yanagihara: »Was für eine Wucht von einem Buch. Wow.«
- »Und dann steht einer auf und öffnet das Fenster« von Susann Pásztor: »So eine rührende Geschichte, ohne kitschig zu sein«.

Von Verlagen umworben, auf der Buchmesse geschätzte Gäste

Buchbranche: »Blogger-Relations« als Teil des Marketingkonzepts – Kommunikation »aus der Zielgruppe, für die Zielgruppe« – Blogs lösen klassisches Feuilleton nicht ab

LEIPZIG. Buchblogger sind für Verlage wichtig geworden – auch die Leipziger Buchmesse, die im vergangenen Jahr an vier Tagen 195.000 Besucher angelockt hat, bemüht sich um diese Zielgruppe.

Nicht nur, weil der digitale Wandel in der Verlagsbranche die Messemacher umtreibt. »Literaturvermittlung ist für uns das wichtigste Thema«, nennt Messe-Sprecherin Ruth Justen einen weiteren Grund, »und dazu gehört auch die Literaturvermittlung, die Blogger leisten.«

In der Praxis heißt das: Gleichberechtigt mit Journalisten können sich Literaturblogger für die Leipziger Messe akkreditieren – selbstverständlich ist das erst seit wenigen Jahren. Auf der Messe steht ihnen eine Blogger-Lounge als Treffpunkt und Arbeitsraum zur Verfügung, am letzten Messe-

tag gibt es mit den »Blogger Sessions« gar eine eigene Konferenz. Die Messe also schafft den Rahmen, der Blogger anziehen soll – und die Verlage ziehen mit.

Mit 1200 Bloggern in Kontakt

Nicht nur zur Messezeit, sondern rund ums Jahr viel für Blogger tut zum Beispiel der Hamburger Carlsen-Verlag, der stark auf Kinder- und Jugendliteratur setzt. Mit rund 1200 Bloggern stehe sie in Kontakt, sagt Ute Nöth, die bei Carlsen für Blogger-Relations zuständig ist: Nöth ist Ansprechpartnerin, verschickt Rezensionsexemplare, organisiert Blogger-Events. Bei Carlsen sind Blogger vor allem im »Young Adult«-Bereich wichtig: Bücher für junge Erwachsene spielen in der Blogosphäre eine Hauptrolle. Im klassischen Feuilleton ist dagegen kaum

Platz für Jugendbücher – und in die kleinen Buchläden landauf landab kommen immer seltener junge Leser, die diese Titel kaufen.

Vor diesem Hintergrund seien Blogger besonders wichtig, erklärt Nöth: »Sie kommunizieren aus der Zielgruppe, für die Zielgruppe.« Dass Blogger in sozialen Netzwerken dafür sorgen, dass ihre Texte Verbreitung finden, nutzt Verlage zusätzlich: Die Blogger optimieren damit auch deren Sichtbarkeit im Internet. »Aus dem Marketing unseres Verlages sind Blogger nicht mehr wegzudenken«, so Nöths Fazit.

Doch was den Verlagen nutzt, ist für die Blogger in aller Regel ein unbezahltes Hobby. Gerade deshalb sei Wertschätzung wichtig, betont Nöth. Blogger haben bei Carlsen – aber zum Beispiel auch bei Amazon – die Möglichkeit, über

Affiliate-Links eine Provision zu erhalten, wenn über ihre Seite ein Verkauf zustande kommt.

Auch im Kölner Verlag Kiepenheuer und Witsch sind »Blogger eine gleichberechtigte Säule im Marketing-Portfolio«, wie Ulrike

Meier erklärt. Sie betreut bei »Kiwi« rund 1000 Blogger, rund 500 davon intensiver, die meisten interessieren sich für Krimis und Belletristik. Wenn Rezensionsexemplare verschickt werden, erwarten Verlage zwar als Gegen-

leistung einen Beleglink – doch eine positive Besprechung müsse es nicht sein, stellt Meier klar: »In unserem Interesse ist, dass Blogs unabhängig sind. Sonst verlieren sie Glaubwürdigkeit.« Dass in der Buchbloggerszene dennoch selten Bücher zerrissen werden, kann Carlsen-Mitarbeiterin Ute Nöth erklären: »Man bloggt in seiner Freizeit – und möchte über das schreiben, was man schön fand.«

Steigt die Zahl der Blogs? Ja, sagen alle drei Branchenkennerinnen. Sind Blogger Leser oder Journalisten? »Eindeutig Leser«, sagt Nöth, »weil sie ihre eigenen Vorlieben in den Vordergrund stellen.« Laufen Blogs dem Feuilleton den Rang ab? »Nein«, glaubt Messe-Sprecherin Justen, »beides ist wichtig, beides hat seine Bedeutung und deshalb ist beides erfolgreich.«

Hintergrund: Buchblogger aus der Region

Den besten Überblick über die deutsche Buchblog-Szene bietet der Münchner Tobias Zeising auf seinem Blog »Lesestunden«: Dort führt er eine **»Topliste«** deutschsprachiger Buchblogs mit aktuell **1290** Einträgen. Seine Datenanalyse zeigt unter anderem, dass **Jugendbücher** unter Bloggern das beliebteste Genre sind und dass nur 8 Prozent der Buchblogger Männer sind. Auch in der Region sind Blogger zu Hause: Im **Hanauer** Buchladen »Am Freiheitsplatz« etwa arbeitet neben

Sarah Reul auch Malu Schrader, die den Blog **»Buchbüchse«** betreibt. Sie widmet einen Schwerpunkt den unabhängigen Verlagen. In **Würzburg** bloggt Buchhändlerin Sabine Dalbert unter dem Namen **»Papiergeflüster«**. Dalbert legt einen Schwerpunkt auf Rezensionen im Bereich Krimis und Fantastik. (mm)

 www.buchbuechse.de
www.papiergefluester.com
www.lesestunden.de