

ke-Up und danach einen Spinat-Smoothie empfehlen.“ Ihrem Verlag habe *Blogg dein Buch* den Zugang zur Bloggerszene eröffnet. „Wir haben damit sehr viel mehr Zuspruch, als wenn wir einzelne Blogger angeschrieben hätten, ob sie vielleicht unser Buch besprechen wollen.“

Katharina Waltermann arbeitet beim *DuMont Buchverlag* und ist dort verantwortlich für die digitalen Entwicklungen. Sie berichtet, dass sie ihre BloggerInnen durch E-Mailverkehr, Telefonate und Veranstaltungen wie Buchmessen und Bloggertreffen findet. Auch *DuMont* erhält täglich viele Mails mit Anfragen zu Rezensionsexemplaren. „Mit vielen Bloggern verbindet mich mittlerweile eine Freundschaft, die über die verschiedenen Social-Media-Kanäle hinausgeht“, so Waltermann. „Wir freuen uns immer sehr, wenn ein Blogger eines unserer Bücher bespricht und weiterempfiehlt. Denn der Blogger ist für viele wie ein guter Freund, dessen Tipps man gerne annimmt.“ Bei *DuMont* spürt man, wenn ein Blog mit einer hohen Reichweite ein Buch positiv bespricht, das schlägt sich in den Verkaufszahlen nieder.

Einerseits bietet Waltermann ihren BuchbloggerInnen Titel an, da sie inzwischen weiß, welcher Titel zu welchem Blog passen könnte. Denn: „Oftmals birgt ein Verlagsprogramm kleine Schätze, die leicht übersehen werden. Diese Titel, oft meine persönlichen Favoriten, lege ich den Bloggern gerne besonders ans Herz.“

Die Verlage unterstützen BuchbloggerInnen aber nur, wenn sie tatsächlich selbst geschriebene Meinungen in einem seriösen Blog veröffentlichen. Dazu der geschäftsführende Verleger der *BOOKSPOT Verlag GmbH*, Burkhard P. Bierschenck: „Leider gibt es Buchblogger, die unter Rezensionen verstehen, sich irgendwelche Bücher schicken zu lassen, den Verlags-text als ‚Rezension‘ einzustellen und das Buch dann sofort bei *Amazon* oder *eBay* als ‚neu‘, da noch ungelesen, verkaufen. Das schadet dem Ansehen der seriösen Blogs.“



Wöchentlich erhält Bierschenck Anfragen von „16- bis 20-jährigen Gymnasiastinnen, die treuherzig verkünden, sie würden jetzt halt auch mal Bücher vorstellen, weil sie doch so gerne lesen. Und dann bestellen sie gleich ein paar Bücher, die allerdings oft bereits vor drei oder vier Jahren erschienen sind, weil sie sich noch nicht mal die Mühe gemacht haben, die Internetseite des Verlages bezüglich der Neuheiten anzusehen.“ Bierschenck schickt solchen BloggerInnen keine Bücher mehr.

Ricarda Ohligschläger rät DebütautorInnen

Ricarda Ohligschläger (oben im Bild) hat Tipps für AutorInnen, die ihr Erstlingswerk in einem Buchblog unterbringen wollen. „Also erst mal: Finger weg von Zuschussverlagen! Ich geb meinem Chef auch kein Geld dafür, dass ich ins Büro komme.“ Sie würde mit einem Manuskript stattdessen über eine Literaturagentur gehen, und wenn das Buch dann auf dem Markt ist, gezielt nach BloggerInnen suchen, zu denen der Titel passen könnte. „Außerdem wirkt eine *Facebook*-Seite Wunder, das ist meiner Meinung nach die günstigste Art und beste Möglichkeit, mit Lesern in Kontakt zu kommen“, sagt Ohligschläger und ergänzt: „Natürlich sollte der Autor da nicht nur Buchwerbung machen, sondern auch ein bisschen Privates zeigen – das gefällt den Lesern!“

Ohligschläger erwartet, dass sich der Buchhandel gehörig wandeln wird und eines Tages nur noch auf Beratung setzt. „Wenn ich ehrlich bin: Ich gehe kaum noch in Buchhandlungen. Ich nehme Buchempfehlungen von anderen BloggerInnen, lese die Buchbeschreibungen im Verlagsprogramm und bestelle online. Das E-Book habe ich nach wenigen Sekunden auf meinem Reader, das Buch kommt am nächsten Tag mit der Post.“

Mein Fazit: Wer als Neuling auf sein Buch aufmerksam machen will, sollte die Möglichkeiten des Bücherbloggens unbedingt nutzen.

www.lonnemann.de/angelika;
<https://postkartenkrimi.wordpress.com>

Anzeige



**TESTLESER
 gesucht**

 **Verlag 3.0** buch-ist-mehr.de



Federwelt

ZEITSCHRIFT FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Wenn der Erfolg
ausbleibt

Blogg dein Buch!
Co-Autorenschaft

So kommt Ihr Buch
in die Lokalpresse

Fantasy-Figuren
kreieren

